أطروحة الدكتوراه

فرع علوم التسيير

المزيج التسويقي من منظور التطبيقات التجارية الإسلامية

الإهداء

نهدي هذا العمـــــل المتواضــــــــع

إلــى كـل مــن يؤمــن بحتميــة البديــل

الإســـــــلامــي .

[1] - سيد قطب- في ظلال القرآن- دار الشروق – الطبعة العاشرة – بيروت – لبنان – ١٩٨٢- ص ٢٢٦٣- الجزء الرابع.
[2] - سورة الكهف – الآية ٩٤.
[3] - سيد قطب- مرجع سابق – ص – ٢٢٩٢ .

٣- [illegible]

[illegible]: [illegible]:

١- [illegible].

٢- [illegible].

٣- [illegible]

٤- [illegible].

٥- [illegible].

٦- [illegible].

٧- [illegible].

[illegible]: [illegible].

[illegible].

[illegible]: [illegible].

[illegible]: [illegible]

[illegible]

[illegible]

[illegible]

[illegible]

[illegible]

[illegible]

[illegible]

[illegible]

[1] - حديث قدسي رواه مسلم ـ تحت رقم : ٤٦٧٤ .

[2] - سورة يونس ـ الآية ١٣.

"LENDREVIE ET LINDON"

[1]- Chantal Ammi -Le Marketing - un outil de décision face a l'incertitude- ellips Paris - 1993 P 12 .
[2]- Philip Kotler et Bernard Dubois - Marketing Management - 10 eme édition – Paris- 2000- P 40 .
[3]- صديق محمد عفيفي - التسويق مبادئ علمية وبحوث تطبيقية - دار الفكر العربي – القاهرة – مصر - ١٩٧٩ - ص ١٧ .
[4]- طاهر مرسي عطية - أساسيات التسويق - المكتبة الأكاديمية – الجيزة – القاهرة - مصر - ١٩٩٣ - ص ١١ .
[5]- Sylvie Martin et J.P Vedrine- Marketing les concepts clés- les édition d'organisation 4 eme tirage- 1997- P14 .
[6]- محمود صادق بازرعة - إدارة التسويق - المكتبة الأكاديمية – الجيزة – القاهرة – مصر - ٢٠٠١ - ص ١١ .

[1] - محمود عساف - المنهج الإسلامي في إدارة الأعمال - جدة – السعودية - ٢٠٠١ - ص ٥٥ .

[2] - P, Amerein et autres- Marketing , Stratégies et Pratiques- Nathan - France - 1996 - P 08 .

[3] - إسماعيل محمد السيد - الإعلان - المكتب العربي الحديث - الإسكندرية - مصر - بدون تاريخ - ص ٢٨.

[4] - بيان هاني حرب - مبادئ التسويق - مؤسسة الوراق – عمان - الأردن - ١٩٩٩ - ص ١٥.

[illegible]

[1] - علي أحمد السالوس، الاقتصاد الإسلامي و القضايا الفقهية المعاصرة الجزء الأول – دار الثقافة - الدوحة - قطر – ١٩٩٦-ص١٦.
[2] - سورة يونس –الآية٥٩.
[3] - سورة الأعراف –الآية ٣٢.
[4] - حمدي أمين عبد الهادي – الفكر الإداري الإسلامي والمقارن – دار الفكر العربي - القاهرة – مصر - ١٩٨٤ – ص ١١٤.
[5] - سورة المائدة – الآية ١٠٤.
[6] - سورة الأعراف – الآية ٢٨.

١ - محمد صادق بازرعة – مرجع سابق – ص ٣١.

٢ - محمد إبراهيم عبيدات – مبادئ التسويق، مدخل سلوكي- دار المستقبل – عمان - الأردن – ١٩٩ - ص ١٨.

[1] - محمد إبراهيم عبيدات - المرجع السابق - ص ٣٠ .

[1] - محمد فريد الصحف - مبادئ التسويق - الدار الجامعية - الإسكندرية - مصر - ١٩٩٤ - ص ١١ .

[2] - P h Kotler - B Dubois - OP CIT- P 43.

[3] - عيسى عبدة - الاقتصاد الإسلامي مدخل ومنهاج - دار الفكر العربي – القاهرة - مصر- بدون سنة نشر - ص ٦١ .

[4] - عمر سليمان الأشقر - خصائص الشريعة الإسلامية - قصر الكتاب - الجزائر - بدون تاريخ - ص ٨١ .

[1] - عمر سليمان الأشقر – خصائص الشريعة الإسلامية – مرجع سابق – ص ٨٤.
[2] - عمر سليمان الأشقر – خصائص الشريعة الإسلامية – مرجع سابق – ص٨٧.
[3] - مجلة البنوك الإسلامية – العدد ٣٢ – أكتوبر – القاهرة – مصر - ١٩٨٣ – ص ١٦ .
[4] - سورة الجمعة – الآية – ١٠ .

[illegible]

[illegible]

[illegible]

[illegible]

[illegible]

[illegible]

[illegible]

[illegible]

---

[1] - عبد الجبار حمد عبيد السبهاني – الوجيز في الفكر الاقتصادي الوضعي و الإسلامي- دار وائل – عمان - الأردن - ٢٠٠٠ – ص٢٥٩.
[2] - سورة البقرة – الآية -١٤٣.
[3] - سورة الفرقان – الآية – ٦٧
[4] - محمود عساف –مرجع سابق – ص٥٦.
[5] - حديث رواه أحمد – تحت رقم – ٣٦٧.
[6] - حديث رواه البخاري – تحت رقم – ٢٣٠٦.
[7] - سورة الطلاق – الآية ٧.
[8] - حديث رواه أحمد – تحت رقم – ١٤٨٣٠.
[9] - رفيق يونس المصري – أصول الاقتصاد الإسلامي – دالا البشائر – الطبعة الثانية – السعودية – ١٩٩٩ – ص١٥٣.

[1] - حديث رواه النسائي – تحت رقم - ٢٤٩٩
[2] - سورة البقرة – الآية – ١٨٥
[3] - سورة المائدة – الآية ٩٠.
[4] - سورة المائدة – الآية ٠٣.
[5] - حديث رواه الترمذي – تحت رقم - ١٦٤٢.
[6] - سورة المائدة – الآية ١٠٠.
[7] - سورة الأعراف – الآية ٣١.
[8] - سورة الإسراء – الآية ٢٦، ٢٧.

[1]- Ph kotler et B Dubois- Op cit- p 43.

[2] - عبد الكريم راضي الجبوري – التسويق الناجح – دار التيسير- بيروت- لبنان - ٢٠٠٠ – ص٨٩.

[3] - إسماعيل محمد السيد – مرجع سابق – ص ١٣.

[4] - رفيق يونس المصري – مرجع سابق – ص ١٤٦.

[5] - سورة الأنعام – الآية ١١٩.

[1] - طاهر مرسي عطية – مرجع سابق – ص ٢٠.

[2] - عبد السميع المصري – التجارة في الإسلام – الطبعة الثانية – مكتبة وهبة - القاهرة – مصر - ١٩٨٦ – ص ٢٥.

[3] - سورة المائدة - الآية : ٢ .

[1] - حديث رواه البخاري - تحت رقم : ٩ .
[2] - حديث رواه البخاري - تحت رقم : ١٣ .
[3] - حديث رواه الترمذي – تحت رقم – ١٢٠٩.
[4] - حديث رواه أحمد – تحت رقم – ٢٢٢٦٣.
[5] - حديث رواه نصر الدين الألباني – تحت رقم ١٢٩٨ .

[1] - خالد بن عبد الله المصلح - الحوافز التجارية التسويقية و أحكامها في الفقه الإسلامي – دار ابن الجوزي - السعودية - ١٩٩٩ - ص ٤٩ .
[2] - سورة المؤمنون - الآية : ٨ .
[3] - سورة النساء – الآية ٥٨.
[4] - سورة الأنفال – الآية ٢٧.
[5] - حديث رواه مسلم – تحت رقم – ١٠١.
[6] - حديث رواه البخاري – تحت رقم – ١٩٣٤.

[illegible]

[illegible]

[illegible]

[illegible]

[illegible]

[illegible]

[illegible]

[illegible]

---

٢ - سورة البقرة – الآية ٢٨٠.
٣ - حديث رواه مسلم – تحت رقم – ٢٩١٩.
٤ - حديث رواه أحمد – تحت رقم – ١٤٩٧٢ .
٥ - سورة الأعراف – الآية ٨٥.
٦ - حديث رواه البخاري – تحت رقم – ٢٢٦٢.
٧ - خالد بن عبد الله المصلح- مرجع سابق – ص ٤٩.
٨ - حمدي أمين عبد الهادي – مرجع سابق – ص ١٦٥.

[1] - حديث رواه البخاري – تحت رقم ١٩٧٤.
[2] - حديث رواه مسلم - تحت رقم ٣٠١٥ .
[3] - حديث رواه البخاري – تحت رقم ٢١١٠ .
[4] - حديث رواه مسلم – تحت رقم ٤٧١٩.
[5] - حديث رواه النسائي – تحت رقم ٢٥٢٩.
[6] - حديث رواه النسائي – تحت رقم ٥٣٢٤.
[7] - محمد محمد ناشد – الفكر الإداري في الإسلام – الماجد للثقافة - الإمارات العربية – ١٩٩٧ – ص ٢٥٧.
[8] - أحمد عبد العظيم محمد - أصول الفكر الإداري في الإسلام - مكتبة وهبة - القاهرة - مصر - ١٩٩٤ - ص ٤٦ .

[illegible]

[1] - سورة النحل - الآية ٩٠ .
[2] - محمد محمد جاهين - التنظيمات الإدارية في الإسلام - الهيئة المغربية العامة للكتاب - القاهرة - مصر - ١٩٨٤ - ص ١٢ .
[3] - سورة البقرة - الآية - ٢٨٦ .
[4] - سورة طه - الآية ١ و ٢ .
[5] - عمر سليما ن الأشقر - مرجع سابق - ص ٦٩ .
[6] - سورة الأنبياء - الآية ١٠٧ .
[7] - سورة البقرة - الآية - ١٨٥ .
[8] - سورة النساء – الآية ٢٨.
[9] - حديث رواه مسلم - تحت رقم ٤٣٤٨ .
[10] - مجلة البنوك الإسلامية العدد ٢٦ أكتوبر – القاهرة – مصر - ١٩٨٢ ص ٦٤ .

[illegible]

[illegible]

[illegible]

[illegible] "Pierre Louis Dubois" [illegible] "Alain Jolibert" [illegible][3]

[illegible] "Lendrevie" [illegible][4]

[illegible] "lasary" [illegible][5]

[illegible] "DANIEL" [illegible][6]

[illegible]

1- Ph Kotler et B Dubois- op cit- p 41.

٢ - عبد الكريم راضي الجبوري - مرجع سابق - ص ٧

3- Pierre Louis Dubois et Alain Jolbert,- Le marketing fondements et pratiques – Paris – 1998 - p 24 .

4 - Lendrevie et Lindon Thhorie et Pratique du marketing - 5 éme édition - Paris - 1997 - P 36 .

5 - Lasary - le marketing c'est facile – Alger – 2001 – P 37.

6 - Daniel Durafour – Marketing – Paris – 1997 –P 9.

[illegible]

- [1] حسين محمود حامد – النظام المالي و الاقتصادي في الإسلام – دار النشر الدولي – الرياض - السعودية – ٢٠٠٠ – ص ١٥٣.
- [2] محمود صادق بازرعه – مرجع سابق – ص ٩ .
- [3] عبد اللطيف بن عبد الله العبد اللطيف – الإيجاز في مبادئ الإقتصاد الإسلامي – دار ابن الجوزي - السعودية – ١٩٩٧ – ص ٧٧.
- [4] عوف محمود الكفراوي – بحوث في الإقتصاد الإسلامي – مؤسسة الثقافة الجامهية - الإسكندرية – مصر - ٢٠٠٠ –ص ٢٧٦
- [5] بشير العلاق – قحطان العبدلي – إستراتجيات التسويق – دار زهران – عمان - الأردن – ١٩٩٩ – ص٦١

[1] - عوف محمود الكفراوي – مرجع سابق – ص ٢٧٩.
[2] - سورة النساء – الآية -٢٩.
[3] - سورة البقرة – الآية - ٢٧٥
[4] - رفيق يونس المصري – مرجع سابق – ص ١٢٨.
[5] - حديث رواه ابن ماجة – تحت رقم – ٢٢٢٤.

[1] - أحمد بن يوسف بن أحمد الدريويش – أحكام السوق في الإسلام و أثرها في الاقتصاد الإسلامي – دار عالم الكتب –السعودية - ١٩٨٩ – ص ٣٨.

[2] - أحمد بن يوسف بن أحمد الدريويش – مرجع سابق – ص ٤٠.

[3] - سورة النجم – الآية – ٣-٤.

[4] - حديث رواه الترمذي – تحت رقم – ٣٣٥١.

[illegible]

- [1] حديث رواه مسلم – تحت رقم – ٨١
- [2] حديث رواه مسلم تحت رقم – ٢١٦٢.
- [3] سورة المائدة – الآية ٠١.
- [4] سورة النحل – الآية ٩١.
- [5] سورة البقرة – الآية ٢٨٢.
- [6] حديث رواه مسلم – تحت رقم - ٣٠١٥

[1] - سورة الإسراء – الآية - ٣٥
[2] - سورة المطففين – الآية ١ ,٢ ,٣.
[3] - سورة المطففين – الآية ٤ ,٥.
[4] - حديث رواه مسلم – تحت رقم – ٣٠١٣.
[5] - سورة المائدة – الآية - ٩٠
[6] - سورة النحل – الآية – ١١٥

[illegible]

[illegible]

[illegible]

[illegible]

[illegible]

[illegible]

[illegible]

[illegible]

---

[1] - سورة آل عمران – الآية - ١٣٠

[2] - سورة البقرة – الآية – ٢٧٥

[3] - عوف محمود الكفراوي – مرجع سابق – ص ٢٨٠.

[1] - علي محمد توفيق – الله دليلي في إدارة أعمالي – دار غريب - القاهرة – مصر - ٢٠٠٠ – ص ٩٦

[2] - سورة الملك – الآية – ٢.

[3] - حسين حامد محمود – مرجع سابق - ١٥٥

[4] - حديث رواه – ابن ماجة – تحت رقم – ٢١٦٣.

[1] - سورة المطففين – الآية - ٢٦ .
[2] - سورة الواقعة – الآية - ١٠ ,١١.
[3] - سورة التوبة – الآية – ١٠٥.
[4] - محمود عساف – مرجع سابق – ص ٦٧.
[5] - حديث رواه مسلم – تحت رقم – ٢٥٨٦.
[6] - حديث رواه البخاري – تحت رقم – ٢٤٤٦.
[7] - حديث رواه البخاري – تحت رقم – ٦٠٧٦.
[8] - حديث رواه البخاري – تحت رقم – ٢١١٣.
[9] - محمد علي فركوس – مختارات من نصوص حديثية في فقه المعاملات المالية – الشهاب - الجزائر – ١٩٩٨ – ص ١٠٢.

[1] - مجلة المصرف الإسلامي للتنمية والاستثمار – العدد ٨ – القاهرة – مصر - ١٩٨٨ - ص ١٥.

[1] - حديث رواه أحمد – تحت رقم – ١٩٤٢٦.

[2] - حديث رواه الترمذي – تحت رقم – ١٢٣٥.

[3] - سورة لقمان – الآية ١٩.

[4] - حديث رواه أبو نعيم – تحت رقم – ١١١٣.

[5] - حديث رواه أبو نعيم – تحت رقم –٢٠٣,٢٠٢/٨.

[6] - حسن سري – الاقتصاد الإسلامي، مبادئ وخصائص وأهداف – مركز الإسكندرية – الإسكندرية – مصر – ١٩٩٨ – ص ١٨٢.

- [1] غازي عناية – ضوابط تنظيم الاقتصاد في السوق الإسلامي – دار النفائس – بيوت - لبنان – ١٩٩٢ – ص ٤٩.
- [2] مجلة المصرف الإسلامي الدولي للإستثمار والتنمية العدد ٨ – القاهرة – مصر - ١٩٨٨ ص ٢٨.
- [3] محمود الخالدي – سوسيولوجيا الإقتصاد الإسلامي – الشهاب - الجزائر – ١٩٨٩ – ص ٨٨.
- [4] عباس أحمد محمد البار – أحكام المال الحرام – دار النفائس – عمان - الأردن – ١٩٩٨ – ص ٥٦.
- [5] ماجد محمد أبورخية وآخرون – بحوث فقهية في قضايا اقتصادية عاصرة – دار النفائس –عمان - الأردن – ١٩٩٨ – ص ٤٦٩.

[illegible]

[1] - رمضان علي السيد الشرنباصي - حماية المستهلك في الفقه الإسلامي، دراسة مقارنة - مطبعة الأمانة - مصر - ١٩٨٤ - ص ٣٥.
[2] - حديث رواه ابن ماجة - تحت رقم ٢١٤٤.
[3] - حديث رواه ابن ماجة - تحت رقم ٢١٤٦.
[4] - ابن تيمية - الحسبة و مسؤولية الحكومات الإسلامية – الطريق للنشر و التوزيع - الجزائر - ١٩٩٠ - ص ٢٤.
[5] - أحمد إبراهيم أبو سن - الإدارة في الإسلام - الدار السودانية للكتاب - السودان - ١٩٨٤ - ص ٢٤.
[6] - سورة المائدة - الآية ٣ .

[1] - حمدي أمين عبد الهادي - مرجع سابق - ص ٢٠.
[2] - محمد مهنا العلي - الإدارة في الإسلام - ديوان المطبوعات الجامعية - الجزائر - ١٩٨٥ - ص ١٨٢.

[1] - ماجد راغب الحلو - علم الإدارة العامة ومبادئ الشريعة الإسلامية - عالم الكتاب - الإسكندرية - مصر - ١٩٨٨ - ص ١٣٣.

[2] - أحمد عزت مدني – الإدارة واقتصاديات العمل المنهج الإسلامي والتطبيق – الإتحاد الإسلامي الدولي للعمل – القاهرة – مصر - ١٩٨٦- ص ٨١.

[3] - أكرم رسلان ديرانية - الحكم والإدارة في الإسلام - دار الشروق - السعودية - ١٩٧٩ - ص ٧٣.

[illegible]

---
[1] - طاهر مرسي عطية - مرجع سابق - ص ٣٧.

ĽĴŀſŃŇŁĦĿĎĽ

.čĕĒĒ ù Ĕ ƥƶžƒ ù ƖƧŇƥƒ ù ƗǒƽƙƒĂ ƧĈƾƽ ǔ! ǑĂƥƒ Ǒdžƭ Ǘƒ Ƶ ƧƮ dǆƗĿƥǒž č

.čĕĒď ùƧĥĂĸĎù dĎ ƥƶžƒ ù ƗǒƽƭǗƒ || ĂƚƥƗĿƥǒž Ď

Les ouvrages

č- Kotler et B Dubois- Marketing management 10eme 2éition Paris – 2000. Ph (dĔ)

Ď- Chantal Ammi- Le Marketing un outil de décision face a la l'incertitude, ellips, Paris – 1993.

ď- Sylvie Martim J.P. Vedeime- Marketing les concepts clés les édit d'organisation, 4eme tirage 1997.

Đ- Amerein P et autres- Marketing stratégies et pratiques, NATHAN,

đ- France 1996.

Ē- Pierre Louis Dubois et Alain Jolibert- Le Marketing fondement et pratique, Paris – 1998.

ē- Lendrevie et Lindon- Théorie et Pratique de Marketing, 5eme édition, Paris – 1997.

Ĕ- Lasary- Le Marketing c'est facile, Alger – 2001.

ĕ- Daniel Durafour- Marketing, Paris – 1997.

[1] - Daniel Durafour – Marketing – Dunord – Paris – 1997 – p 74.
[2] - Pierre Louis Dubois et Alain Jolibert – Le marketing fondements et Pratique- 3ème édition – Economica – Paris – 1998 –p 283.
[3] - Philip Kotler et Bernard Dubois – Marketing management – 10ème édition – Publi-Union édition – Paris – 2000- p 412.
[4] - بشير العلاق وآخرون – استراتيجيات التسويق – دار زهران للنشر والتوزيع – عمان – الأردن – ١٩٩٩ – ص ٨١.
[5] - طلعت أسعد عبد الحميد – التسويق الفعال – دار النهضة العربية – مصر – ٢٠٠٢ – ص ٣١٠.

[1] - محسن أحمد الخضري – التسويق في ظل الركود – ايتراك للنشر والتوزيع – مصر – ١٩٩٦ – ص ١٠٣.

[2] - Philip Kotler – Les clés du marketing – Pearson éducation – France – Paris – 2003- p 143.

[3] - Philip Kotler et Bernard Dubois – opcit - p 413.

[4] - Philip Kotler – Les clés du marketing – opcit- p 144.

[1]- حسن سري – الاقتصاد الإسلامي- مبادئ وخصائص وأهداف – مركز الإسكندرية للكتاب – الإسكندرية – مصر- ١٩٩٨ – ص ١٤.

[2]- عوف محمود الكفراوي – تكاليف الإنتاج والتسعير في الإسلام – الطبعة الثانية- مركز الإسكندرية للكتاب – الإسكندرية – مصر-- ١٩٩٩ – ص ٨٥.

[3]- حسين حامد محمود – النظام المالي والاقتصادي في الإسلام – دار النشر الدولي – الرياض – السعودية – ٢٠٠٠ - ص ١٣٢.

[4]- أحمد محمد العسال وفتحي أحمد عبد الكريم – النظام الإقتصادي في الإسلام – مكتبة وهبة – الطبعة الثانية عشر – القاهرة – مصر- ١٩٩٧ - ص ١٢٨.

[5]- مجلة البنوك الإسلامية – العدد ٣٠- جويلية – الإتحاد الدولي للبنوك الإسلامية – القاهرة – مصر-١٩٨٣ – ص ٦٧.

[6]- مجلة البنوك الإسلامية – العدد ٣٤ - فبراير – الإتحاد الدولي للبنوك الإسلامية – القاهرة – مصر- ١٩٨٤ – ص ٤٠.

[7]- حديث رواه البخاري – تحت رقم – ٢٠٧٢.

[8]- حديث رواه الطبري – تحت رقم – ٥٤٨٥.

[9]- حمدي أمين عبد الهادي – الفكر الإداري الإسلامي والمقارن – دار الفكر العربي – القاهرة – مصر- ١٩٨٤ – ص ١٣٦.

[1] - سورة التوبة – الآية- ١٠٥.
[2] - مجلة البنوك الإسلامية – العدد ٥٣ – أفريل – القاهرة – مصر - ١٩٨٧ – ص ٦١.
[3] - ماجد راغب الحلو – علم الإدارة العامة ومبادئ الشريعة الإسلامية – علم الكتاب – الإسكندرية – مصر - ١٩٨٨ – ص ١٥٣.
[4] - أحمد محمد العسال وفتحي أحمد عبد الكريم – مرجع سابق- ص ١٣٥.
[5] - حسن سري – مرجع سابق – ص ١٦٣.
[6] - حمدي أمين عبد الهادي – مرجع سابق – ص ١٤١.
[7] - حديث رواه أبو نعيم – تحت رقم- ١١١٣.
[8] - عبد الله المصلح وصلاح الصاوي – ما لا يسع التاجر جهله – دار المسلم – الرياض – السعودية – ٢٠٠١ – ص ٦٩.
[9] - راجع:
- محمد فريد الصحن – مبادئ التسويق – الدار الجامعية – الإسكندرية – مصر – ١٩٩٤ – ص ١٨٨.
- محمود صادق بازرعة – إدارة التسويق – المكتبة الأكاديمية – مصر – ٢٠٠١ – ص ٢١٧.
- طلعت أسعد عبد الحميد – مرجع سابق – ص ٣١٠.
- Daniel Durafour – opcit – p 74.

[illegible]

[illegible]

[illegible]

[illegible]

[illegible]

[illegible]

[illegible]

[illegible]

[illegible]

[illegible]

[1] - S. Martin et JP. Védrines – Marketing ls concepts clés- Chihab – Alger – 1996 – p 88.

[2] - راجع:

- إسماعيل السيد- مبادئ التسويق – المكتب الجامعي الحديث للإسكندرية – الإسكندرية – مصر – ١٩٩٩ – ص ٢٨١.
- Daniel Durafour – opcit – p 74.
- Pierre Luis Dubois et Alain Jlibert – opcit – p 284.
- Jacques Lendrevie et Denis Lindon – Mercator – 5ème édition Dalloz – paris – 1997 – p 260.

[1]- محمود عساف – المنهج الإسلمي في إدارة الأعمال – دار الفكر العربي – القاهرة – مصر - ١٩٩١ – ص ٢٠٤.

[2] - Philip Kotler et Bernard Dubois – opcit - p 429.

[illegible]

[illegible]	
[illegible]	[illegible]
1- [illegible] 2- [illegible] 3- [illegible] 4- [illegible]	1- [illegible] 2- [illegible] 3- [illegible] 4- [illegible] 5- [illegible]

[illegible]

---

[1] - طلعت اسعد عبد الحميد – مرجع سابق – ص ٣٥٢.

[2] - بيان هاني حرب – مبادئ التسويق – مؤسسة الوراق – عمان – الأردن- ١٩٩٩- ص ١٤٠.

[3] - راجع:

- محمد ابراهيم عبيدات – مبادئ التسويق – دار المستقبل – عمان– الأردن- ١٩٩٩ – ص ١٨٤

- محمد فريد الصحن – مرجع سابق – ص ١٨٩.
- خير الدين عمروا – التسويق المفاهيم والإستراتيجيات – مكتبة عين الشمس – مصر – ١٩٩٧ – ص ٨٧.
- Chantal Ammi – Le marketing un outil de décision face à l'incertitude, ellipses, paris – 1993 – p146
- Philip Kotler et Bernard Dubois – opcit - p 335.
- Jacques Lendrevie et Denis Lindon – opcit– p 252.
- Yves Chirouze – Le marketing de l'étude du marché au lancement d'un produit nouveau, office des publications universitaires – France – 1990 – p 115.

[1] - نظام موسى سويدان – التسويق، المفاهيم المعاصرة – دار الحامد – عمان – الأردن – ٢٠٠٣ – ص ٢١١.

[1] - محمد إبراهيم عبيدات – مرجع سابق – ص ١٧٧.

[2] - صلاح الشنواني – الإدارة التسويقية الحديثة، المفهوم والاستراتيجيات – مؤسسة شباب الجامعة – الإسكندرية – مصر – ١٩٩٦ – ص ٢٢١.

[3] - محمد فريد الصحن – مرجع سابق – ص ١٩٣.

[4] - طلعت أسعد عبد الحميد – مرجع سابق – ص ٣١٣.

[illegible]

[illegible]

[illegible]

[illegible]

[illegible]

[illegible]

[illegible]

[1]- محمد جودت ناصر – الأصول التسويقية في إدارة المحلات والمؤسسات التجارية – دار مجدلاوي – عمان – الأردن – ١٩٩٧ – ص ١٢٦.

[2]- راجع:

- بيان هاني حرب – مرجع سابق – ص ١٢٣.
- محمود عساف – مرجع سابق – ص ٢٠١.
- بشير العلاق وآخرون – مرجع سابق – ص ٨٩.
- طلعت أسعد عبد الحميد – مرجع سابق – ص ٣١٥.

طاهر مرسي عطية – التسويق – المكتبة الأكاديمية – القاهرة – ١٩٩٣ مصر- ص ٢١١.

- P. Kotler et B. Dubois – opcit – p 415.

*- التنويع والتشكيل: يعني طرح نفس المنتجات بأنواع متعددة وأشكال وأحجام كثيرة.

[1] - بيان هاني حرب – مرجع سابق – ص ١٢٩.

[1]- محي الدين الأزهري – التسويق الفعال، مبادئ وتخطيط – دار الفكر العربي – القاهرة – مصر – ١٩٩٦ – ص ١٤٩.
[2]- محمود جودت ناصر – مرجع سابق – ص ١٢٩.

[1] - محمد فريد الصحن – مرجع سابق – ص ١٩٦.
[2] - طلعت أسعد عبد الحميد – مرجع سابق – ص ٣٢١.
[3] - راجع:
- محمود صادق بازرعة – مرجع سابق – ص ١٨٨.
- Armand Dayan – Marketing industriel – 3ème édition Vuibert – gestion – Paris – 1996 – p33.

[1] - Armand Dayan – opcit – p 35.

[2] - محمد فريد الصحن – مرجع سابق – ص ١٩٦.

[3] - أحمد شاكر العسكري – التسويق الصناعي، مدخل استراتيجي – دار وائل – عمان – الأردن – ٢٠٠٠ – ص ٢٧.

[4] - محمد إبراهيم عبيدات – مرجع سابق – ص ١٨٠.

[5] - Frederic Nepveul Nivelle – Technique d'expansion des ventes dans l'industrie, les éditions organisation – Paris 1971 – p 18.

[١]- محي الدين الأزهري – مرجع سابق – ص ١٥٤.
[٢]- بيان هاني حرب – مرجع سابق – ص ١٣٢.

[1]- حديث رواه الإمام نصر الدين الألباني – تحت رقم – ١٧٦.

[2] - P. Kotler et B. Dubois – opcit – p 443.

[3] - S. Martin et JP. Verdine – opcit – p 206.

[illegible]

---

[1] - خالد الزاوي – حمود سند – مبادئ التسويق الحديث – دار الميسرة – عمان – الأردن – ٢٠٠٠ – ص ٣٤٢.
[2] - محمد فريد الصحن – مرجع سابق – ص ١٩٧.
[3] - زكي خليل المساعد – التسويق في المفهوم الشامل – دار الزهران- عمان – الأردن – ١٩٩٧ – ص ٢١٢.
[4] - G. Toquer et M. Longlois – Marketing des services defi-relationnel, ED, France – 1992- p 35.

1 - P. kotler et B. Dubois – opcit- p 445.

2 - P. kotler et B. Dubois – opcit- p 511.

[1]- محمود صادق بازرعة – مرجع سابق – ص ٢٤٧.

[1]- طارق السويدان – قيادة السوق- دار ابن حزم- بيروت – لبنان- ٢٠٠١ – ص ٣٠.
[2]- طلعت أسعد عبد الحميد – مرجع سابق – ص ٣٦٥
[3]- محمود جودت ناصر – مرجع سابق – ص ١٣٦.

١- بيان هاني حرب – مرجع سابق- ص ١٥٥.

٢ - Pierre Louis Dubois et Alain Jolibert – opcit – p 310.

3 - محمود جودت ناصر –مرجع سابق – ص ١٣٥ .

[illegible]

[illegible]

- [illegible]
- [illegible]

[illegible]

[illegible]

- [illegible]
- [illegible]

[illegible]

[illegible]

---

[1] - P. kotler et B. Dubois – opcit- p 438.

[2] - طاهر مرسي عطية – مرجع سابق – ص ٢٣٠.

[3] - راجع:
- محمود عساف – مرجع سابق – ص ٢٠٥.
- محمود صادق بازرعة – مرجع سابق – ص ٢٤٩.
- محمد فريد الصحن – مرجع سابق – ص ٢١٣.

[1] - غازي عناية – ضوابط تنظيم الاقتصاد في السوق الإسلامي – دار النفائس – بيروت – لبنان – ١٩٩٢ – ص ١٠٧.

[2] - حديث رواه ابن ماجة – تحت رقم – ٢٢٤٦.

[*] - بزازا = بائع حرير.

[3] - غازي عناية – مرجع سابق – ص ٢٩.

[*] - العلبة: العبوة التي تحوي المنتج (السلعة).

[1]- محمد أحمد الفرحاتي – التعبئة والتغليف وأثرها على المجتمع والبيئة – دار الفكر العربي – القاهرة – مصر – ١٩٩٩ – ص ٨.

[2] - P. kotler et B. Dubois – opcit- p 455.

[3] - Goufi Mohamed – L'emballage variable du marketing mix 2ème édition – 2003 – p 16.

[4] - Journal officiel de l'union européen, décret n° 98 – 638 de 20 juillet 1998 article n° 2.

[5]- محمود عساف – مرجع سابق- ص ٢٠٦.

[1]- راجع:
- خالد الزاوي – حمود سند- مرجع سابق – ص ٣٢٥.
- طلعت أسعد عبد الحميد – مرجع سابق - ص ٣٦٢.
- Jacques Lendrevie et Denis Lindon – opcit – p 244.
- Eric Rocher – De bon emballage pour de bon produit- les éditions d'organisation – paris – 1997 p 18.

[1] - أحمد شاكر العسكري – مرجع سابق - ص ١٠١.
- محمود صادق بازرعة – مرجع سابق – ص ٢٧٠.
- محمد فريد الصحن – مرجع سابق – ص ٢٢٢.

[1]- محمود صادق بازرعة – مرجع سابق – ص ٢٦٨.

[1] - خالد عبد الله المصلح – الحوافز التجارية التسويقية وأحكامها في الفقه الإسلامي – دار ابن الجوزي – السعودية – ١٩٩٩ – ص ٢٨٦.
[2] - خالد عبد الله المصلح – مرجع سابق- ص ٢٨٦.

[١] - طلعت أسعد عبد الحميد – مرجع سابق – ص ٣٧١.
[٢] - محمد فريد الصحن – مرجع سابق – ص ٢٢٦.
[٣] - خالد عبد الله المصلح – مرجع سابق – ص ٢٦٩.

[1] - محمد إبراهيم عبيدات – مرجع سابق – ص ٢٠٧.

[2] - Pierre Louis Dubois et Alain Jolibert – opcit – p ٣١٧.

[3] - محمد فريد الصحن – مرجع سابق – ص ٢٠٠.

[1]- راجع:

- محمد إبراهيم عبيدات – مرجع سابق – ص ٢٠٨.
- طارق الحاج وزملائه – التسويق من المنتج إلى المستهلك – دار الصفاء- الطبعة الثانية – الأردن – ١٩٩٧ – ص ١١٠.
- J. Lendrevie et D. Lindon – opcit- p 271.

[1]- راجع:

- محمد جودت ناصر - مرجع سابق – ص ١٣١.
- بيان هاني حرب – مرجع سابق – ص ١٥٠.
- محمود صادق بازرعة – مرجع سابق – ص ٢١٩.

[1]- راجع:

- بشير العلاق وآخرون – مرجع سابق – ص ١٢٥.
- طلعت أسعد عبد الحميد – مرجع سابق – ص ٣٤٢.
- محمد فريد الصحن – مرجع سابق – ص ٢٠٤.
- Daniel Durafour – opcit – p 79.
- Pierre Louis Dubois et Alain Jolibert – opcit – p 320.
- Lasary – Le marketing c'est facile – Es-Salem – Cheraga – Alger – 2001 – p 161.

[1]- عوف محمد الكفراوي – مرجع سابق – ص ١٥.

[2]- علي أحمد السالوس – الاقتصاد الإسلامي والقضايا الفقهية المعاصرة – الجزء الأول- دار الثقافة – الدوحة – قطر – ١٩٩٨ - ص ٣٤.

[3]- محمد عبد المنعم عفر – التخطيط والتنمية في الإسلام – دار البيان العربي – جدة – السعودية – ١٩٨٥- ص ١٣٤.

[4]- غازي عناية – مرجع سابق – ص ٨٩.

[5]- سورة المائدة – الآية ٢.

[6]- حديث رواه البخاري – تحت رقم – ٢٤٤٦.

[1]- عمر سليمان الأشقر – خصائص الشريعة الإسلامية – قصر الكتاب – البليدة – الجزائر – بدون تاريخ – ص ٤١ .
[2]- حديث رواه الترمذي – تحت رقم – ٦٦٥١.
[3]- حديث رواه أحمد – تحت رقم – ١٠٤٣٦.
[4]- رفيق يونس المصري – أصول الاقتصاد الإسلامي – دار القلم – دمشق – الطبعة الثالثة: سورية – ١٩٩٩- ص ١١٩.
[5]- محمد عبد المنعم عفر – مرجع سابق – ص ٢٠٨.

[1] - أحمد عبد العظيم محمد – أصول الفكر الإداري في الإسلام- مكتبة وهبة – القاهرة – ١٩٩٤ – ص ١٠١.
[2] - رفيق يونس المصري – مرجع سابق – ص ١٠٢.
[3] - رمضان علي الشرنباصي – حماية المستهلك في الفقه الإسلامي- مطبعة الأمانة – القاهرة – مصر – ١٩٨٤ – ص ٢٧.

[1]- عدنان علي رمضان النحوي – الحوافز الذاتية بين المبادرة والإلتزام – دار النحوي – الرياض – السعودية – ١٩٩٢- ص ١٣.

[illegible]

[illegible]

-[1] على محمد توفيق- الله دليلي في إدارة أعمالي – دار غريب – القاهرة – ٢٠٠٠ – ص ٩٢.

– ǕƧǸǬƒ – ƗǒǙǚ Ǘƒ || ǺǕǷƉǛǺǷƒ ƥǤǻǗƒ – ǿǬǜƉ- ƌƌ' ƥǭǼƒ – ƗǒǙǚ Ǘƒ || ǺǕǷƗƉǰǯ - ƌ'
.čĕĚē - ƧǓ ǆ

Ouvrages :

č- Armand Dayan – Marketing industriel – 3ème édition Vuibert – gestion – Paris – 1996.
Ď- Chantal Ammi – Le marketing un outil de décision face à l'incertitude, ellipses, paris – 1993 .
٣- Daniel Durafour – Marketing – Dunord – Paris – 1997.
Đ- Eric Rocher – De bon emballage pour de bon produit- les éditions d'organisation – paris – 1997.
đ- Frederic Nepveul Nivelle – Technique d'expansion des ventes dans l'industrie, les éditions organisation – Paris 1971.
Ē- G. Toquer et M. Longlois – Marketing des services defi-relationnel, ED, France – 1992.
ē- Goufi Mohamed – L'emballage variable du marketing mix 2ème édition – 2003.
Ĕ- Jacques Lendrevie et Denis Lindon – Mercator – 5ème édition Dalloz – paris – 1997.
ĕ- Journal officiel de l'union européen, décret n° 98 – 638 de 20 juillet 1998 article n° 2.
čČ- Lasary – Le marketing c'est facile – Es-Salem – Cheraga – Alger – 2001.
čč- Philip Kotler – Les clés du marketing – Pearson éducation – France – Paris – 2003.
١٢- Philip Kotler et Bernard Dubois – Marketing management – 10ème édition – Publi-Union édition – Paris – 2000.
١٣- Pierre Louis Dubois et Alain Jolibert – Le marketing fondements et Pratique- 3ème édition – Economica – Paris – 1998.
čĐ- S. Martin et JP. Védrines – Marketing les concepts clés- Chihab – Alger – 1996.
čđ- Yves Chirouze – Le marketing de l'étude du marché au lancement d'un produit nouveau, office des publications universitaires – France – 1990.

[1]- بشير العلاق وآخرون –استراتيجيات التسويق- دار زهران ـــ عمان – الأردن ـــ ١٩٩٩- ص ١٣٤.
[2]- بيان هاني حرب –مبادئ التسويق- مؤسسة الوراق ـ عمان – الأردن ـ ١٩٩٩- ص ١٦٣.
[3]- محمد صالح المؤذن -مبادئ التسويق- دار زهران ـ عمان – الأردن ـ ١٩٩٩- ص ٣٧.
[4]- رمضان علي السيد الشرنباصي – حماية المستهلك في الفقه الإسلامي – الأمانة للنشر ـ مصر ـ ١٩٨٤– ص ٦٣.

[1]- محمد عبد المنعم الجمال – موسوعة الاقتصاد الإسلامي – دار الكتاب ـ القاهرة ـ ١٩٨٦ـ ص ٥٢١.
[2]- الشوكاني –نيل الأوطار- جـ/٥ - دار الجيل بيروت لبنان – ١٩٩٢ – ص٢٤٧ .
[3]- طاهر مرسي عطية –التسويق- المكتبة الأكاديمية ـ مصر- ١٩٩٣ – ص ٢٥٢.
[4]- محمد فريد الصحن- مبادئ التسويق – الدار الجامعية ـ مصر – ١٩٩٤ – ص ٢٣٣.
[5]- محمود عساف – المنهج الإسلامي في إدارة الأعمال – مكتبة الخدمات الحديثة ـ جدة – ٢٠٠١ – ص ٦٤.
[6]- عبد السميع المصري – التجارة في الإسلام – مكتبة وهبة ـ مصر – ١٩٨٦ـ ص ٣٦.
[7]- حديث رواه ابن ماجه تحت رقم ٢٢٠٤ .

[1] - مجلة البحوث الإسلامية – التسعيرة في نظر الشريعة – المجلد الأول – العدد الرابع – مصر – ١٩٧٨ – ص ٢٠٤.
[2] - غازي عناية – ضوابط تنظيم الاقتصاد في السوق الإسلامي – دار النفائس – لبنان – ١٩٩٢ – ص ٧٥.
[3] - محمد إبراهيم عبيدات – مبادئ التسويق – مدخل سلوكي – دار المستقبل – عمان – الأردن – ١٩٩٩ – ص ٢٣٥.
[4] - Lendrevie et Lindon – Théorie et pratique du marketing – 5ème édition paris – 1997 – p 294.
[5] - Daniel Durafour – Marketing – Dunod, paris – 1997 – p 95.

[١] - Pierre Louis Dubois et Alain Jolibert – fondements et pratiques paris – 1998 – p 347.

[٢] - محمد جودت ناصر – الأصول التسويقية في إدارة المحلات والمؤسسات التجارية – دار مجدلاوي – عمان – ١٩٩٧ – ص ١٣٩.

[٣] - طاهر مرسي عطية – مرجع سابق – ص ٢٥٣.

[٤] - بشير العلاق وآخرون – مرجع سابق – ص ١٣٣.

[٥] - محمد فريد الصحن – مرجع سابق – ص ٢٣١.

[1]- عوف محمود الكفراوي – تكاليف الإنتاج والتسعير في الإسلام – مركز الإسكندرية للكتاب ـ مصر ـ ١٩٩٩ – ص ٥٢.
[2]- حديث رواه مالك- تحت رقم- ١٤١٦، أحمد تحت رقم – ٢٨٢٦، ابن ماجة تحت رقم ـ٢٣٤١.
[3]- محمود عساف – مرجع سابق – ص ٦٧.

[illegible]

[1]- محمد فريد الصحن – مرجع سابق – ص ٢٣٤.
[2]- محمد إبراهيم عبيدات – مرجع سابق – ص ٢٣٨.
[3]- طاهر مرسي عطية – مرجع سابق – ص ٢٦٢.

[1] -Philip Kotler et Bernard Dubois – Marketing management- 10ème édition France 2000 – p 463.

[2] - حديث رواه مسلم تحت رقم – ٢٦٩٩.

[3] - محمود الخالدي – سوسيولوجيا الاقتصاد الإسلامي – الشهاب ـ الجزائر – ١٩٨٩ – ص ٨٦.

[4] - حديث الترمذي – تحت رقم – ٢٤١٧ .

١- حديث رواه البخاري – تحت رقم ١٣، ومسلم تحت رقم ٤٥.

٢- محمد ابراهيم عبيدات – مرجع سابق – ص ٢٣٧.

٣- سورة الأنعام – الآية- ٣٨.

٤- حسن السيد بسيوني – الدولة ونظام الحكم في الإسلام- عالم الكتاب – القاهرة – مصر – ١٩٨٥ – ص ٧٣.

[1]- أحمد عبد العظيم محمد – أموال الفكر الإداري في الإسلام – مكتبة وهبة ـ القاهرة – مصر ـ ١٩٩٤- ص ١٠٥.
[2]- عوف محمود الكفراوي – مرجع سابق- ص ٢٤٥.
[3]- حديث رواه البخاري- تحت رقم – ١٩٣٤.

[1] - حديث رواه البخاري – تحت رقم – ٢٢٦٢.

[2] - طاهر مرسي عطية – مرجع سابق – ص ٢٦٥ .

[3] - بيان هاني حرب – مرجع سابق- ص ١٧١.

[4] - Kotler et Dubois – op cit p 471.

[5] - حمدي أمين عبد الهادي – الفكر الإداري الإسلامي والمقارن – دار الفكر العربي ـ القاهرة – مصر ـ ١٩٨٤– ص ١١٤.

[6] - سورة المائدة – الآية – ١٠٤.

أ -

ب -

ت -

[1]- سورة البقرة – الآية- ١٧٠.
[2]- سورة الأعراف – الآية- ٢٨.
[3]- حسين حامد محمود- النظام المالي والاقتصادي في الإسلام – دار النشر الدولي ـ الرياض – ٢٠٠٠ – ص ١٥٥.
[4]- حديث رواه ابن ماجة – تحت رقم – ٢١٦٣.
[5]- سورة الفجر – الآيات ٢٧ ¸ ٢٨ ¸ ٢٩ ¸ ٣٠ .
[6]- عمر وصفي عقيلي وآخرون – مبادئ التسويق – مدخل متكامل – دار النفائس ـ عمان – الأردن ـ١٩٩٧ - ص ١٤٣.

[1]- بشير العلاق وآخرون – مرجع سابق – ص ١٤٦.

[2]- جمال البنا وحسن صالح العناني – الحل الإسلامي لأزمة الإدارة في العصر الحديث – المعهد الدولي للبنوك والاقتصاد الإسلامي – القاهرة ـ مصر ١٩٨٢ – ص ١٠٧.

[3]- سورة الذاريات – الآية – ٥٦.

[4]- كمال التابعي – محاضرات في إدارة المؤسسات الاجتماعية – مكتبة نهضة الشرق ـ القاهرة – مصر ـ ١٩٩١ – ص ٧٢.

[5]- محمد بن ابراهيم التوجري ومحمد بن عبد الله البرعي – الأسلوب القويم في وضع القرار السليم- العبيكان ـ السعودية – ١٩٩٧ – ص ١٣.

[1]- حديث رواه البخاري – تحت رقم ٦٠٧٦.

[2]- مجلة الاقتصاد الإسلامي – العدد ٢٦ أكتوبر – الإمارات العربية – ١٩٨٣ – ص ٣٩ .

[1]- محمد محمد جاهين – التنظيمات الإدارية في الإسلام – الهيئة المغربية العامة للكتاب ـ مصر – ١٩٨٤ – ص ١٠.
[2]- جمال البنا وحسن صالح العناني – مرجع سابق – ص ٦٢.

[1] - Van Vracam (Paul) – les fondements du marketing- édition de back entreprise – Paris - 1988- p 45.
[2] - Kotler et Dubois – op cit p 469.
Lasary – le marketing c'est facile – Alger 2001 p 170.

[1]- طاهر مرسي عطية – مرجع سابق – ص ٢٦٠.

[2]- عوف محمود الكفراوي – مرجع سابق – ص ٤٦.

[3]- سورة البقرة – الآية- ٢١٩.

[4]- سورة المائدة – الآية – ٣.

[5]- محمد إبراهيم عبيدات – مرجع سابق – ص ٢٥٦.

[6] - Lendrevie et Lindon – op cit p 316.

١- محمود عساف – مرجع سابق – ص ٢١٠.

٢- عوف محمود الكفراوي – مرجع سابق- ص ٥٩.

[illegible]

١- محمود جودت ناصر – مرجع سابق- ص ١٥٠.

J.P Helfer. Jorsoni – marketing – collection Vuibert Paris 1981 – p 189.

٢ - Pierre – Louis Dubois et Alain Jolibert – op cit p 354.

٣- غازي عناية – مرجع سابق – ص ٦٣.

٤- محمود جودت ناصر – مرجع سابق – ص ١٥١.

-٢

أ-

ب-

ت-

ث-

١- سورة المائدة – الآية- ٣.

[illegible]

١- سورة الفرقان – الآية – ٦٧.

[1] - حديث رواه البخاري – تحت رقم ١٣، ومسلم تحت رقم -٤٥.

١ - Lendrevie et Lindon – op cit p 321.

٢ - Daniel Durafour – op cit p 95.

٣- طاهر مرسي عطية – مرجع سابق – ص ٢٥٩.

٤ - J.P Helfer – Jorsoni – op cit 189.

[1]- نجيب شاوش مصطفى – الإدارة الحديثة – دار اليازوري العلمية – عمان – الأردن – ١٩٩٣- ص ٣٣٧.

[2]- سورة الأنفال – الآية- ٦٠.

[3]- مجلة البنوك الإسلامية – العدد ٣٢ أكتوبر ١٩٨٣- مصر- ص ٤٦.

[1]- بيان هاني حرب – مرجع سابق – ص ١٦٩.

[2]- محمود صادق بازرعة – إدارة التسويق – المكتبة الأكاديمية – مصر – ٢٠٠١- ص ٣٣٥.

[3]- محمود جودت ناصر – مرجع سابق- ص ١٤١.

[1]- سورة الأنعام – الآية- ١٠٨.

[1] - علي محمد توفيق – الله دليلي في إدارة أعمالي- دار غريب – القاهرة – مصر – ٢٠٠٠ – ص ٩٩.
[2] - سورة يوسف – الآية- ٧٦.
[3] - سورة المطففين – الآية – ٢٦.
[4] - سورة الواقعة – الآيات – ١٠،١١،١٢.

[5] - Lendrevie et Lindon – op cit p 293.
Pierre Louis Dubois et Alain Jolibert – op cit p 348.

[6] - محمد فريد الصحن – مرجع سابق- ص ٢٣٧.

[1]- عمر سليمان الأشقر –خصائص الشريعة الإسلامية- قصر الكتاب –الجزائر – بدون تاريخ – ص ٨٠.
[2]- مجلة البنوك الإسلامية – العدد ٣٢ أكتوبر ١٩٨٣- مصر – ص ٤٧.

[1] - طاهر مرسي عطية – مرجع سابق – ص ١٩٦.
[2] - سورة النحل – الآية- ٩٧.
[3] - سورة طه – الآيات- ١٢٤, ١٢٥, ١٢٦ .

[1]- سورة الإسراء – الآية – ٧٠.
[2]- سورة الشعراء – الآية- ٢٢٧.
[3]- سورة النساء – الآيات: ١٣ ,١٤ .
[4]- حسين السيد بسيوني – الدولة ونظام الحكم في الإسلام- عالم الكتاب ـ القاهرة – مصر ـ ١٩٨٥- ص ٣٢.
[5]- سورة آل عمران – الآية ٨٥.

١- محمد ابراهيم عبيدات – مرجع سابق – ص ٢٤٩.

[2] - Mohamed Seghir Djitili – Marketing- Berti édition Alger 1998 p 170.

٣- بيان هاني حرب – مرجع سابق – ص ١٧٣.

[1]- محمود صادق بازرعة – مرجع سابق – ص ٣٢٥.

[2]- محمد فريد الصحن – مرجع سابق – ص ٢٤٠.

[3]- محمد ابراهيم عبيدات – مرجع سابق – ص ٢٥٠.

[1] - عبد الله المصلح وصلاح االصاوي – ما لا يسع التاجر جهله- مؤسسة الرسالة ـ الرياض- ٢٠٠١- ص ١٤.

[2] - حديث رواه مسلم – تحت رقم ١٠١.

[3] - عوف محمود الكفراوي – بحوث في الاقتصاد الإسلامي – مؤسسة الثقافة الجامعية ـ الاسكندرية- مصر ـ ٢٠٠٠- ص ٢٦.

[4] - سورة النساء – الآية ١٠٧.

[5] - سورة يوسف – الآية ٥٢.

[6] - محمود عساف – مرجع سابق – ص ٦٦.

[1]- سورة المطففين – الآية- ٢٦.

[2]- سورة الواقعة – الآيات ١٠-١١.

[3]- حديث وراه أبو نعيم – تحت رقم ١١١٣.

[4] - Joel Deam – Managérial économie – Mintic Hall INC 1972-p 420.

[5]- بيان هاني حرب – مرجع سابق- ص ١٧٤.

[6] - Mohamed Seghir Djitili – op cit – p 170.

[1]- محمد فريد الصحن – مرجع سابق- ص ٢٤٢.

[2] - Joel Deam – op cit – p 420.

[3]- محمد إبراهيم عبيدات – مرجع سابق- ص ٢٥١.

[4]- سورة القصص – الآية- ٧٧.

١- سورة آل عمران – الآية ١٠٣.
٢- عبد السميع المصري – مرجع سابق – ص ٣٥.
٣- سورة الفجر – الآية ٢٠.
٤- سورة المعارج – الآية ٢١.
٥- سورة آل عمران – الآية ٩٢.

[1]- سورة التوبة – الآية ١٢٨.
[2]- حديث رواه مالك – تحت رقم – ١٤٥٥.
[3]- محمد محمد ناشد – الفكر الإداري في الإسلام – الماجد الثقافة و الثراث - الإمارات العربية المتحدة – ١٩٩٧ – ص ٥٩.

[1]- محمد فريد الصحن – مرجع سابق – ص ٢٤٣.

[2]- سورة البقرة – الآية ٢٥٣.

[3]- سورة الزخرف – الآية ٣٢.

[4]- حديث رواه أحمد – تحت رقم – ٦٧٥٨.

[1]- محمد براهيم عبيدات – مرجع سابق – ص ٢٥٢.
[2]- محمد جودت ناصر – مرجع سابق – ص ١٤٧.
[3]- بيان هاني حرب – مرجع سابق – ص ١٧٦.

[1]- محمد صادق بازرعه – مرجع سابق – ص ٣٢٧.

[2]- طاهر مرسي عطية – مرجع سابق – ص ٢٩١.

[3] - Lendrevie et Lindon – op cit p 293.

[4]- حديث رواه الترمذي – تحت رقم – ١٢٣٥.

[1]- سورة الجمعة – الآية ٥.

[2]- المزني – المختصر على الهامش – الأم – ج٢- دار الكتاب – بيروت – لبنان - ١٩٠١- ص ٢٠٩ .

[3]- سورة النساء – الآية ٢٩.

[4]- الشوكاني – نيل الأوطار – ج٥- دار الجيل – بيروت – لبنان - ١٩٩٢ – ص ٢١٩ .

[1] - Kotler et Dubois – op cit p 463.

[2] - بن القيم الجوزية – الطرق الحكمية – دار الكتاب – القاهرة – مصر – ١٩٥٣ – ص ٤٢٦.

[3] - مجلة البحوث الإسلامية – المجلد الأول – العدد الرابع – مصر- ١٩٧٨- ص ٢١٤.

[4] - مختصر المزني – مرجع سابق – ص ٢٠٩.

[5] - ماجد أبورخية وآخرون – بحوث فقهية في قضايا إقتصادية معاصرة – المجلد الأول- دار النفائس – عمان – الأردن – ١٩٩٨- ص ٣٦٥.

[1] - مجلة البنوك الإسلامية – العدد ٣٢ أكتوبر ١٩٨٣ – مصر – ص ٤٧.
- عبد الجبار حمد عبيد السبهاني – الوجيز في الفكر الإقتصادي الوضعي والإسلامي – دار وائل – عمان – الأردن – ٢٠٠١ - ص ٢٦٧.
[2] - عباس أحمد محمد البار –أحكام المال الحرام- دار النفائس – عمان –الأردن – ١٩٩٨ – ص ٥٧.
[3] - سورة هود – الآية ٨٨.
[4] - سورة الأعراف – الآية ١٤٢.
[5] - سورة الشعراء – الآية ١٨٣.
[6] - مجلة البنوك الإسلامية – العدد ٢٧- ديسمبر – ١٩٨٢- مصر – ص ٤١.
[7] - حسن سري – الإقتصاد الإسلامي – مبادئ وخصائص وأهداف – مركز الإسكندرية للكتاب – مصر – ١٩٩٨ – ص ١٧٢.
[8] - حديث رواه. أحمد – تحت رقم – ٤٨٢٥ .

[1] - سورة التوبة – الآية ٣.
[2] - حديث رواه مسلم ٣٠٣١.
[3] - سورة البقرة – الآية ٨١.
[4] - سورة القصص – الآية ٨.
[5] - حديث رواه نصر الدين الألباني – تحت رقم – ٢٣٥١ .
[6] - حديث رواه ابن ماجه – تحت رقم ٢١٤٤.
[7] - سورة النساء – الآية ٩٣.
[8] - ابن تيمية – الحسبة و مسؤلية الحكومات الإسلامية – الطريق للنشر و التوزيع – الجزائر - ١٩٩٠ – ص ٢٥ .

[1]- أحمد لسان الحق – منهج الاقتصاد الإسلامي في إنتاج الثروة واستهلاكها – دار الكتاب – المغرب – ١٩٨٧ – ص ٣٧٨.

[2]- حسن سري – مرجع سابق – ص ١٧٥.

[3]- عبد السميع المصري – مقومات الإقتصاد الإسلامي – مؤسسة الرسالة – الرياض – ١٩٨٩- ص ٩٧.

[4]- حسن سري – مرجع سابق – ص ١٧٦.

[5]- سورة النساء – الآية ٥.

[6]- سورة النحل – الآية ٩٧.

[1]- مختصر تفسير ابن كثير – المجلد الثاني – ص ٣٤٦.
[2]- سورة طه – الآيات ١٢٤ ,١٢٥ , ١٢٦.
[3]- مختصر تفسير ابن كثير – المجلد الثاني – ص ٤٩٧.
[4]- غازي عنايه – مرجع سابق – ص ٦٠ .
[5]- سورة الأعراف – الآية ٣٢.
[6]- سورة الأعراف – الآية ٣٢.

[1] - Pierre Louis Dubois et Alain Jolibert op cit p 348.

[2]- رفيق يونس المصري – أصول الاقتصاد الإسلامي – دار البشير – جدة – السعودية – ١٩٩٩ – ص ١٣٣.

[3]- أحمد لسان الحق – مرجع سابق – ص ٣٧٩.

[1]- محمود عوف الكفراوي – مرجع سابق – ص ٢٦٣.
[2]- حديث رواه مالك – تحت رقم ١٤٦١- أحمد – تحت رقم ٢٨٢٦.
[3]- حديث قدسي رواه مسلم – تحت رقم ٤٦٧٤.
[4]- علي عبد الرسول – مبادئ الإقتصاد في الإسلام والبناء الاقتصادي للدولة الإسلامية – دار الفكر العربي – الطبعة الثانية – ١٩٨٠- ص ٦٦.
[5]- حسن سري – مرجع سابق – ص ١٩٠.
[6]- عبد السميع المصري – مقومات الاقتصاد الإسلامي – مرجع سابق – ص ٩٩.

[1]- مجلة البنوك الإسلامية – العدد ٣٣ ديسمبر ١٩٨٣- مصر – ص ٤٢.
[2]- رمضان علي الشرنباصي – مرجع سابق – ص ٧٤.
[3]- حمال البنا وحسن الصالح العناني – مرجع سابق – ص ٧٤.
[4]- سورة الشورى – الآية ٣٨.
[5]- حديث رواه البخاري – تحت رقم ١٩٥.

[1] - سورة الطلاق – الآيات : ٨- ٩- ١٠.
[2] - سورة النساء – الآيات : ١٣- ١٤.
[3] - سورة الحجرات- الآية ١٠.
[4] - حديث زواه البخاري – تحت رقم ٦٠٧٦.

[1]- حديث رواه أحمد – تحت رقم ٢٦٢٣٦.
[2]- سورة الذاريات – الآية ٥٦.
[3]- مجلة البنوك الإسلامية – العدد ٣٢- أكتوبر- مصر- ١٩٨٣- ص ١٥.
[4]- مجلة البنوك الإسلامية – العدد ٢٦- أكتوبر – مصر – ١٩٨٢- ص ٨.
[5]- سورة الأعراف – الآية ١٩٩.

[1]- مجلة الدراسات التجارية الإسلامية –العدد الأول – جانفي ١٩٨٤- جامعة الأزهر – ص ١١٦.
- الماوردي – الأحكام السلطانية – دار الكتب العلمية – بيروت – لبنان – ١٩٨٥- ص ٢٤٠.
[2]- سورة آل عمران – الآية ١٠٤.
[3]- سليمان محمد الطماوي – عمر بن الخطاب وأصول السياسة والإدارة الحديثة – دار الفكر العربي – القاهرة – مصر – ١٩٧٦- ص ٣٥٥.
[4]- ابن القيم الجوزية – مرجع سابق – ص ٢٦٥.
[5]- مجلة الدراسات التجارية الإسلامية – العدد الأول – مرجع سابق – ص ٣٢٢.
[6]- أحمد بن يوسف الدريويش – أحكام السوق في الإسلام وأثرها في الاقتصاد الإسلامي – دار عالم الكتب – الرياض – ١٩٨٩- ص ٤٠٩.
[7]- محمود المرسي لاشين – التنظيم المحاسبي للأموال العامة للدولة الإسلامية – دار الفكر العربي – القاهرة – القاهرة – ١٩٧٥- ص ٣٨.

[1] - فؤاد عبد المنعم أحمد – مبادئ الإدارة العامة والنظام الإداري في الإسلام – الهيئة الغربية للكتاب ـ الإسكندرية – مصر ـ١٩٩١- ص ١٦.
[2] - محمد عبد الله الشباني – نظام الحكم والإدارة في الدولة الإسلامية – عالم الكتاب ـ الرياض – السعودية ـ ١٩٨٤- ص ٦٥.
[3] - حديث رواه أحمد- تحت رقم ٢٢٢١٢.
[4] - بن تيمية- السياسة الشرعية في إصلاح الراعي والرعية – دار الأفاق الجديدة ـ المغرب – ١٩٩١- ص ٦٣.
[5] - أحمد بن يوسف بن أحمد الدريويش – مرجع سابق – ص ٤٥٨.

[1]- حديث رواه الترمذي – تحت رقم ٢٣٣٨.
[2]- سورة آل عمران – الآية ١٥٩.
[3]- حديث رواه مسلم – تحت رقم ٤٦٩٧.
[4]- سورة لقمان – الآية ١٧.
[5]- سورة هود – الآية ٨٨.
[6]- سورة البقرة – الآية ٤٤.

[1]- سورة الإسراء – الآية ١٥.
[2]- أحمد بن يوسف بن أحمد الدريويش – مرجع سابق – ص ٣٩٥.
[3]- سورة آل عمران – الآية ١١٠.
[4]- حديث رواه مسلم – تحت رقم ٤٩.

[1]- سورة البقرة – الآية ٢٧٩.

[2]- سورة طه – الآية ١٢٤.

[3]- سورة السجدة – الآية ٢١.

[4]- سورة السجدة – الآية ٢٢.

[5]- سورة الأنفال – الآية ٢٧.

[6]- حديث رواه أحمد – تحت رقم ٦٤٢٦، أبو داود – تحت رقم ٣٥٨٠.

[7]- سورة الإسراء – الآية ٥٦.

[8]- سورة القصص – الآية ٧٧.

[9]- حديث رواه.- ناصر الدين الألباني – صحيح الجامع الصغير – رقم -١٧٦ .

[1] - رمضان علي الشرنباصي – مرجع سابق – ص ٢٦.
[2] - سورة الملك – الآية ١٥.
[3] - حديث رواه البخاري – تحت رقم ١٩٣، مسلم – تحت رقم ١٨٢٩.
[4] - أحمد عزت مدني – الإدارة واقتصاد العمل – المنهج الإسلامي والتطبيق – الاتحاد الإسلامي الدولي ـ القاهرة – مصر ـ ١٩٨٠- ص ٨٥.
[5] - سورة الأنفال – الآية ٦٠ .
[6] - حديث رواه مسلم – تحت رقم ٢٣٦٣.
[7] - سورة الروم – الآية ٢١.

[illegible]

¹- سورة المائدة – الآية ٠٢.
²- سورة الأعراف – الآية ٣١.
³- سورة الإسراء – الآية ٢٦-٢٧.

đ žǻƿŔƄ ŕǻǋ ŲǜŤ ĭƒĭƕƕŔ – ƒƿǻŻ ĔĒ ƄƇŔ ƇǻŤƇ ĎĔĕĉ žǳ [ŔƱ.

Ē žǻƿŔƄ ŕǻǋ ŲǜŤ ĭƒĭƕƕŔ – ƒƿǻŻ ďďƇŔƿǿŔƇ ďĔĕĉ žǳ [ŔƱ.

ē žǻƿŔƄ ŕǻǋ ŲǜŤ ĭƒĭƕƕŔ – ƒƿǻŻ ďďƇǻƿŔƇ ďĔĕĉ žǳ [ŔƱ.

: ǻǫŕŔƿŔ ǻƿŬǻƿŔŴŔ ǻŵǼŔ

ĉ- Daniel Durafour – Marketing – Dunod- Paris – 1997.
Ď- J. P. Helfer. Jorsoni – marketing – collection Vuibert- Paris 1981.
ď- Joel Deam – Managérial économie – Printic Hall INC 1972.
Đ- Kotler et Dubois – Marketing management- 10ème édition- France 2000.
đ- Lasary – le marketing c'est facile – Alger 2001.
Ē- Lendrevie et Lindon – Théorie et pratique du marketing – 5ème édition- Paris – 1997.
ē- Mohamed Seghir Djtili – Marketing- Berti édition Alger 1998.
Ĕ- Pierre Louis Dubois et Alain Jolibert – fondements et pratiques du marketing- Paris – 1998.
ĕ- Van Vracam (Paul) – les fondements du marketing- édition de Back entreprise – 1988.

[1] - حسين حامد محمود- النظام المالي والاقتصادي في الإسلام – دار النشر الدولي – الرياض – المملكة العربية السعودية – ٢٠٠٠- ص ١٤٧.

[2] - Olivier. B et autres- Dictionnaire du marketing – Hatier, Paris- 1998 – p 325.

[3] - Ph. Kotler et B. Dubois – Marketing management 10ème édition paris – 2000- p 496.

[4] - J. Lendrevie et D. Lendon, Mercator – 5ème édition Dalloz, Paris – 1997 – p332.

[5] - محسن أحمد الخضري- التسويق في ظل الركود- إيتراك للنشر و التزيع – القاهرة – ١٩٩٦ - ص ١٠٤.

[6] - بيان هاني حرب – مبادئ التسويق – مؤسسة الوراق – عمان – الأردن- ١٩٩٩ – ص ١٨٧.

أ-

ب-

ت-

ث-

ج-

١ - Justear et S.F. Giraby – Marketing objectif – 2ème édition – Durant – Paris – 1984- p89.

٢ - Mohamed Seghir Djitili – Comprendre le marketing – édition Berti – Alger – 1990 – p30.

٣ - PL. Dubois et A.Jolibert – le marketing fondements et pratique – 3ème édition – économica – paris – 1998 – p 523.

٤- رمضان علي الشرنباصي – حماية المستهلك في الفقه الإسلامي – مطبعة الأمانة – مصر – ١٩٨٤ – ص ١٤.

[1] ـ بشير العلاق و أخرون ـ استراتيجيات التسويق ـ دار زهران ـ عمان ـ الأردن ـ ١٩٩٨ ـ ص ٢١٠ .
- غازي عناية – ضوابط تنظيم الاقتصاد في السوق الإسلامية- دار النفائس – بيروت – لبنان – ١٩٩٢ – ص ٩٩.
[2] - محمد سليمان الأشقر وآلآخرون- بحوث فقهية في قضايا اقتصادية معاصرة - الجزء الأول – دار النفائس – عمان – الأردن – ١٩٩٨ – ص ١٤٢.

[1] - راجع : -
طارق الحاج وآخرون – التسويق من المنتج إلى المستهلك – دار الصفاء – عمان – الأردن – ١٩٩٧ – ص ١٥١.
بشير العلاق وآخرون- مرجع سابق – ص ٢١٦ .

P Kotler et B Dubois – op cit – p 511.

[1] - هاني حامد الضمور – إدارة قنوات التوزيع – دار وائل – الأردن – ١٩٩٩ – ص ٣٢٩.

[2] - Bertrand JP – Techniques commerciales et marketing – Berti édition Nantes – 1993 –p 18.

[1] P. Kotler et B. Dubois – op cit – p 497.

[1] - Helfer JP et orsoni. J – marketing - édition Vuibert 5ème édition – Paris – 1998 – p 296.

طلعت أسعد عبد الحميد – التسويق الفعال – دار الفجر – الاسكندرية – مصر – ٢٠٠٢- ص ٤٢٩.

عبد الكريم راضي الجبوري – التسويق الناجح – دار التيسير – بيروت – لبنان- ٢٠٠٠ – ص ١٣٠.

[1] - J. Lendrevie et D. Lendon – op cit – p 333.

[2] - محمد إبراهيم عبيدات – مبادئ التسويق مدخل سلوكي – دار المستقبل – عمان – الأردن – ١٩٩٩ – ص ٣١٨.

[3] - محمد توفيق ماض، اسماعيل السيد – إدارة الموارد والإمداد – عالم الكتاب – الإسكندرية - مصر – ٢٠٠٠ – ص ١٣٥.

[1]- بشير العلاق وآخرون – مرجع سابق – ص ٢١٩.

[1] - زكي خليل المساعد – مرجع سابق – ص ٤٢٧.

[2] - بيان هاني حرب – مرجع سابق – ص ٢٢٦.

[3] - بشير العلاق وآخرون – مرجع سابق – ص ٢٢١.

محمد السعيد عبد الفتاح – إدارة التسويق – الدار الجامعية – بدون مكان النشر – ١٩٩٢ – ص ١٢١.

[1]- محمد إبراهيم عبيدات – مرجع سابق – ص ٣٢ .

[1] - بشير العلاق وآخرون – مرجع سابق – ص ٢٣٥.

[2] - P. Kotler et B. Dubois – op cit – p 545.

١- زكي خليل المساعد – مرجع سابق – ص ٤٢٨.

٢- سورة آل عمران – الآية ٨٥.

[1]- ماجد راغب الحلو – علم الإدارة العامة ومبادئ الشريعة الإسلامية – عالم الكتاب – الإسكندرية – مصر – ١٩٨٨ – ص ١٣٣.
[2]- محمود العساف – المنهج الإسلامي في إدارة الأعمال – دار الفكر العربي – ١٩٩١ ص ٢٢٤.
[3]- حديث رواه أحمد – تحت رقم – ١٥٢٧٦.
[4]- أحمد محمد العسال – فتحي أحمد عبد الكريم – النظام الاقتصادي في الإسلام – مبادئه وأهدافه –مكتبة وهبة القاهرة – ١٩٩٧ – ص ١٦٨.

[1] - عبد الله المصلح، صلاح الصاوي – ما لا يسع التاجر جهله – دار مسلم – الرياض – ٢٠٠١ – ص ٧٣.

[1] - جمال توفيق – مبادئ التسويق وإدارة المبيعات – دار النهضة العربية – مصر – ١٩٧٦ –ص ٤١.

[2] - B. Gilles et MC. Donald – Marketing – édition London – London – 1969 – p11.

[3] - محمود جودت ناصر – الأصول التسويقية – دار مجدلاوي – الأردن – ١٩٩٧ – ص ١٨٩.

[4] - J. Lendrevie et D. Lendon – opcit – p 332.

[1] - P. Kotler et B. Dubois – op cit – p 496.
[2] - P. L. Dubois et A. Jolibert – op cit – p 533.

[3]- عبد الكريم راضي الجبور – مرجع سابق – ص ١٢٩.
[4]- محمد إبراهيم عبيدات – مرجع سابق – ص ٢٦٥.
[5]- بشير العلاق وآخرون – مرجع سابق – ص ١٧٨.

[1] - J. Viguy – la distribution : structures et pratiques – Dalloz – paris – 1997 – p 108.

هاني حامد الضمور – مرجع سابق - ص ٢٤.

[2] - J.P. Bertraud – op cit – p 19.

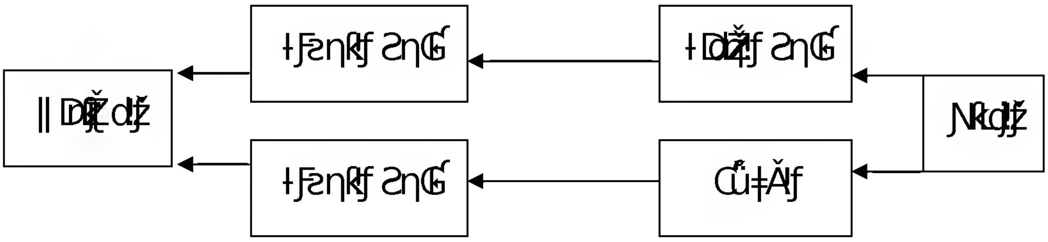
[1] - Daniel Durafour – Marketing – édition Dunord – paris – 1997 – p 24.

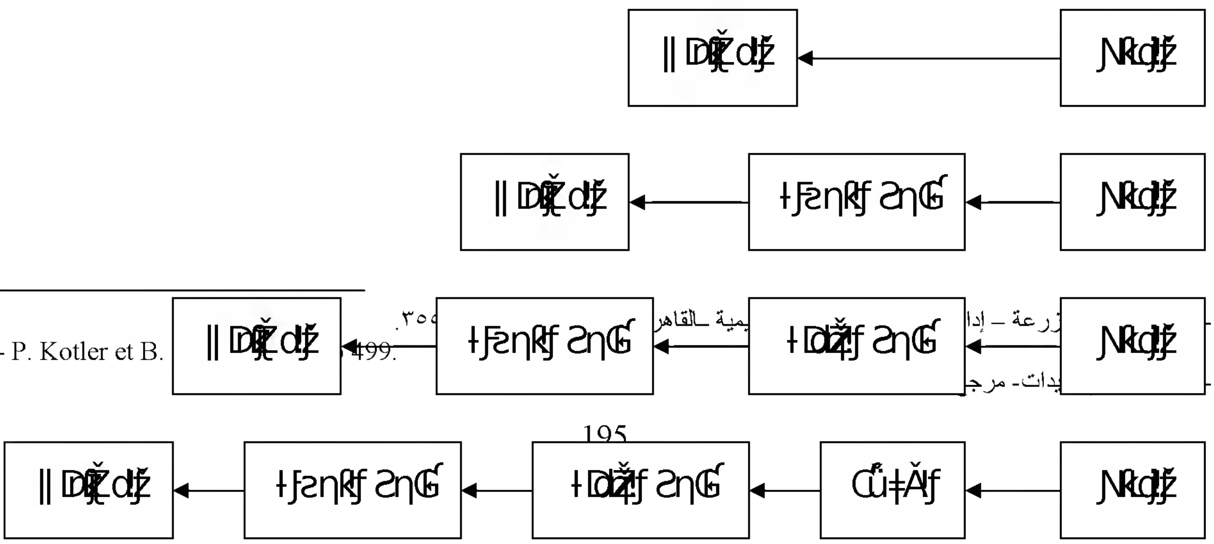
[2] - طلعت أسعد عبد الحميد – مرجع سابق – ص ٤٤٠.
عبد الكريم راضي الجبور – مرجع سابق- ص ١٣٨
بيان هاني حرب – مرجع سابق – ص ١٨٨
بشير العلاق و آخرون – مرجع سابق – ص ١٨٢
زكي خليل المساعد – مرجع سابق – ص ٣٠١.



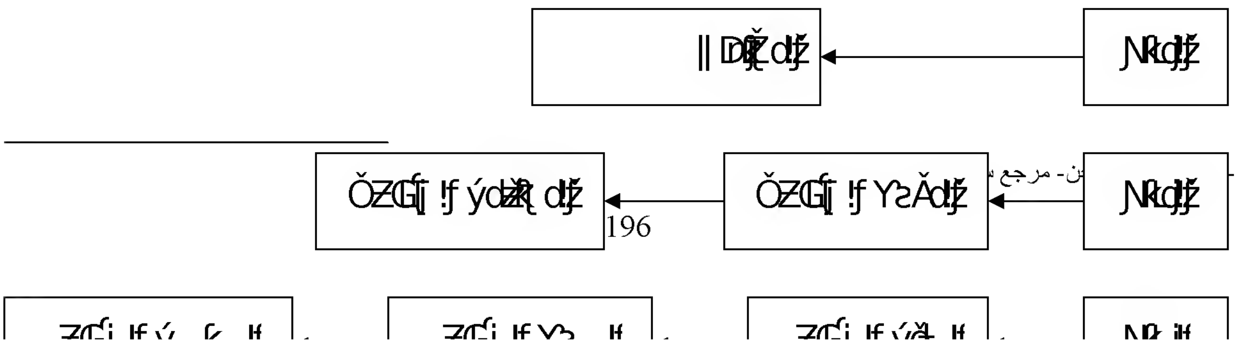
[1] - P. Kotler et B. Dubois – op cit – p 499.

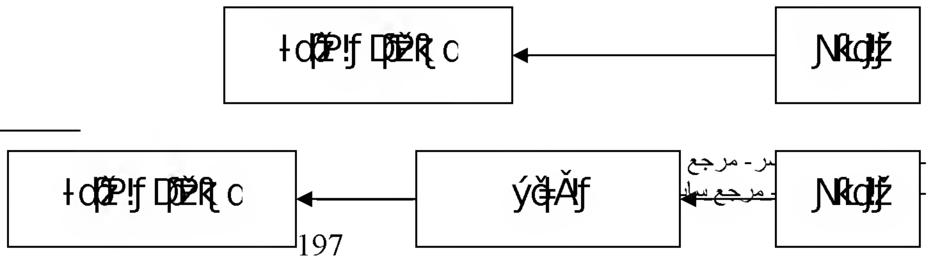
[٢]- محمد فريد الصحن- مبادئ التسويق- الدار الجامعية- الإسكندرية- مصر - ١٩٩٤- ص ٢٢٩ .





[2] - P. Kotler et B. ... 499.





[١]- طلعت أسعد عبد الحميد- مرجع سابق- ص ٤٦١.
[٢]- محمود صادق بازرعة- مرجع سابق- ص ٣٥٦.

[1] - هاني حامد الضمور- طرق التوزيع- دار وائل- عمان- الأردن- ٢٠٠٠- ص ١٥٣.

[2] - محمد فريد الصحن- مرجع سابق- ص ٢٩٠.

[3] - P. L. Dubois et A. Jolibert- op cit p 525.

[1] - طلعت أسعد عبد الحميد- مرجع سابق- ص ٤٦٤.

[2] - رفيق يونس المصري- أصول الاقتصاد الإسلامي- دار البشير- جدة السعودية- الطبعة الثالثة- ١٩٩٩- ص ٣٥.

[1]- محمود صادق بازرعة- مرجع سابق- ص ٣٦٧.

[illegible] télé shopping [illegible]

[illegible]

^١ - طلعت أسعد عبد الحميد- مرجع سابق- ص ٤٦٢.

^٢ - J. P. Bertraud- op cit p20.

[1] - P. Kotler et B. Dubois- op cit- p 524.

[2] - هاني حامد الضمور- طرق التوزيع- مرجع سابق- ص ١٢١.

[3] - طلعت أسعد عبد الحميد- مرجع سابق- ص ٤٦٩.

[4] - محمود صادق بازرعة- مرجع سابق- ص ٣٦٨.

[5] - بيان هاني حرب- مرجع سابق- ص ٢١٢.

[1] - P. L. Dubois et A. Jolibert- op cit- p 528.

[2] - بشير العلاق وآخرون- مرجع سابق- ص ١٩٣.

[1]- محمد فريد الصحن- مرجع سابق- ص ٥٢٢.
[2]- هاني حامد الضمور- طرق التوزيع- مرجع سابق- ص ١٣٥.
[3]- محمد فريد الصحن- مرجع سابق- ص ٥٢٤.

[1] - طلعت أسعد عبد الحميد- مرجع سابق- ص ٤٧٢.
[2] - محمود صادق بازرعة- مرجع سابق- ص ٣٧٤.

[1]- سورة المائدة- الآية ٢.
[2]- محمود عساف- المنهج الإسلامي في إدارة الأعمال- جدة- السعودية- ٢٠٠١- ص ١٩٦.
[3]- عبد السميع المصري- التجارة في الإسلام- مكتبة وهبة- مصر- ١٩٨٦- ص ٩٨.
[4]- محمد فريد الصحن- مرجع سابق- ص ٢٩٣.

[1]- رمضان علي الشرنباصي- مرجع سابق- ص ١٦.
[2]- حديث رواه الترمذي- تحت رقم ١١٣١.
[3]- سورة المائدة- الآية ٢.
[4]- حديث رواه الترمذي- تحت رقم ١٢٠٩.
[5]- حسن سري- الاقتصاد الإسلامي- مركز الإسكندرية للكتاب- لإسكندرية- مصر- ١٩٩٨- ص ٤٦.
[6]- يوسف ابن إسماعيل النبهاني- دليل التجار إلى أخلاق الأخيار- الشهاب- الجزائر- ١٩٩٠-ص ٦٩.

[1]- محمد سليمان الأشقر وآخرون- بحوث فقهية في قضايا إقتصادية معاصرة- مرجع سابق- ص ١٤٨.

[2]- سورة النساء- الآية ٥.

[3]- عبد الله المصلح- صلاح الصاوي- ما لا يسع التاجر جهله- دار مسلم- الرياض- السعودية- ٢٠٠١- ص ١٧.

١- غازي عناية- مرجع سابق- ص ١٠٠.

٢ - J. Lendrevie et D. Lendon- op cit- p363.

١٩- [illegible]

٢٠- [illegible]

٢١- [illegible]

٢٢- [illegible]

٢٣- [illegible]

٢٤- [illegible]

٢٥- [illegible]

٢٦- [illegible]

٢٧- [illegible]

٢٨- [illegible]

٢٩- [illegible]

١. [illegible] :

č- B. Gilles et MC Donald- Marketing- édition London- London 1969.

Ď- Bertrand J.P – Techniques commerciales et marketing – Berti édition Nantes – 1993.

ď- Daniel Durafour- Marketing- édition Dunod.- Paris 1997.

Đ- Helfer JP et orsoni. J – marketing - édition Vuibert 5ème édition – Paris – 1998.

đ- J. Lendrevie et D. Lendon, Mercator – 5ème édition Dalloz, Paris – 1997.

Ē- J. Viguy- La distribution : structures et pratiques- DALLOZ, Paris 1997.

ē- Justear et S.F. Giraby – Marketing objectif – 2ème édition – Durant – Paris – 1984.

Ĕ- Mohamed Seghir Djitili – Comprendre le marketing – édition Berti – Alger – 1990.

ĕ- Olivier. B et autres- Dictionnaire du marketing – Hatier, Paris- 1998.

čČ- P. Kotler et B. Dubois – Marketing management 10ème édition paris – 2000.

čč- Pierre Louis Dubois et Alain Jolibert – le marketing fondements et pratique – 3ème édition – économica – paris – 1998.

[illegible]

[1]- سورة نوح – الآية ٥.
[2]- سورة العنكبوت – الآية ١٤.
[3]- سورة يوسف – الآية ٣٦.
[4]- سورة غافر – الآية ٢٣ و٢٤.
[5]- سورة سبأ – الآية ٢٨.

P. Kotler ... B. Dubois ...

[1] - Philip Kotler et Bernard Dubois – op cit – p603.
[2] - Yves Legolvan, dictionnaire marketing (Banque assurance) Dunod- Paris 1988- p 107.
[3] - طلعت أسعد عبد الحميد – التسويق الفعال – عين الشمس – مصر – ٢٠٠٢- ص ٤٧٧.
[4] - إسماعيل محمد السيد- الإعلان- المكتب العربي الحديث – الإسكندرية- مصر – بدون تاريخ- ص ٥١.
[5] - محمد إبراهيم عبيدات – مبادئ التسويق مدخل سلوكي – دار المستقبل – عمان الأردن – ١٩٩٩- ص ٣٣٨.
[6] - بيان هاني حرب- مبادئ التسويق مؤسسة الوراق – عمان الأردن – ١٩٩٩- ص ٢٣٨.

[illegible]

[1]- بشير العلاق- استراتيجيات التسويق ـ دار زهران عمان ـ الأردن- ١٩٩٩ ـ ص ٢٤٧.
- بيان هاني حرب- مرجع سابق- ص ٢٣٨.

[1]- إسماعيل محمد السيد- مرجع سابق- ص ٦٦.
[2]- بشير العلاق- مرجع سابق- ص ٢٤٩.

[1] - سورة الذاريات – الآية ٥٥.
[2] - سورة محمد – الآية ١٥.
[3] - سورة الرعد – الآية ٣٥.

[1] -Ph Kotler et B Dubois- op cit- p 580.

[1] - طلعت أسعد عبد الحميد- مرجع سابق- ص ٤٨٠.

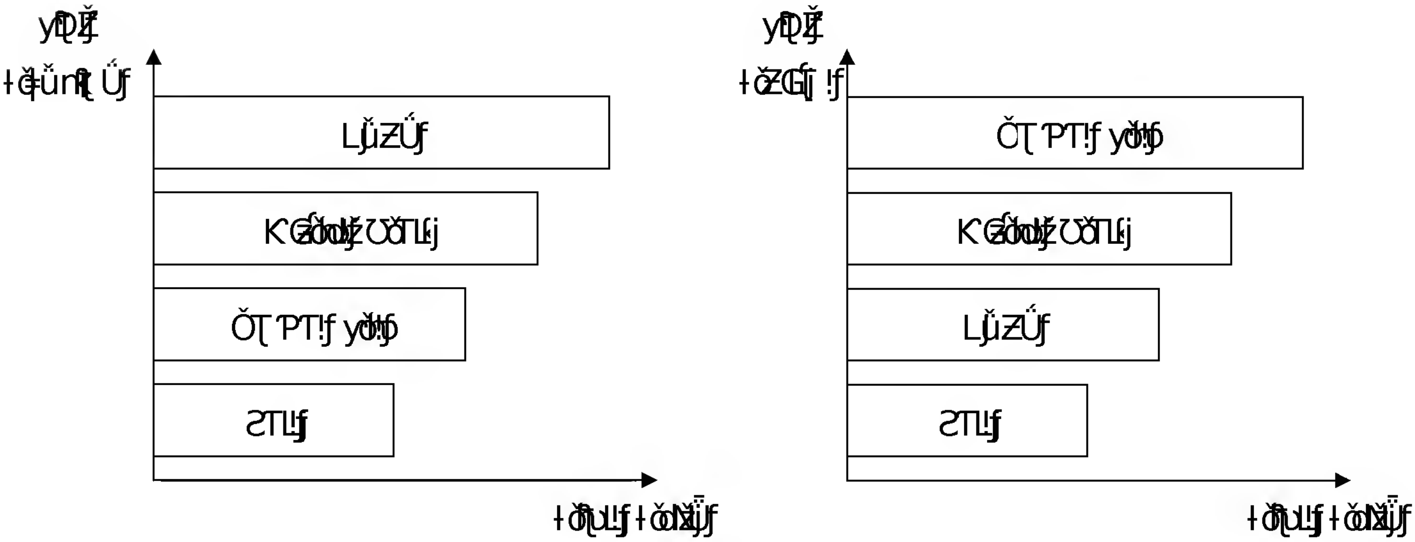
[2] - بيان هاني حرب- مرجع سابق- ص ٢٥٩.

[2] - Daniel Durafour –Marketing – Edition – Dunod –Paris – 1997 - p 107.

[3] - Daniel Durafour- op cit- p 107.

[4] - Christine Lougovoy et Denis Huisman) trait de relation publique (- paris 1980- p 181.

[1]- محمد فريد الصحن- مبادئ التسويق – الدار الجامعية – الاسكندرية – مصر ١٩٩٤ - ص ٢٧٠.
- محمود صادق بازرعة- إدارة التسويق – المكتبة الأكاديمية – القاهرة – مصر – ٢٠٠١ - ص ٤٠٨.
- محمد إبراهيم عبيدات- مرجع سابق- ص ٣٤٥.



[1] - Yves Chirouze- Le marketing –le choix des moyens de l'action commercial- Alger- OPU- tome 2- 1998- p.119.

[2] - Ph Kotler et B Dubois- op cit- p.566.

[3]- محمد إبراهيم عبيدات- مرجع سابق- ص ٣٥٨.

[1]- طلعت أسعد عبد الحميد- مرجع سابق- ص ٤٨٤

[1]- بشير العلاق وآخرون- مرجع سابق- ص ٢٩١.

[1] - محمود صادق بازرعة- مرجع سابق- ص ٤٠٠.
[2] - محمد فريد الصحن- مرجع سابق- ص ٢٧٤.
[3] - طلعت أسعد عبد الحميد- مرجع سابق- ص ٤٧٧.

[١] - عبد الغني بسيوني عبد الله- مبادئ الإدارة العامة في الإسلام- دار الكتاب اللبناني- بيروت- لبنان ـ١٩٩٢- ص ٣٢٣.

[٢] - إبراهيم عبد العزيز شيحا- الإدارة العامة- دار الكتاب العلمية- بيروت- لبنان ـ١٩٨٣- ص ٣٨٣.

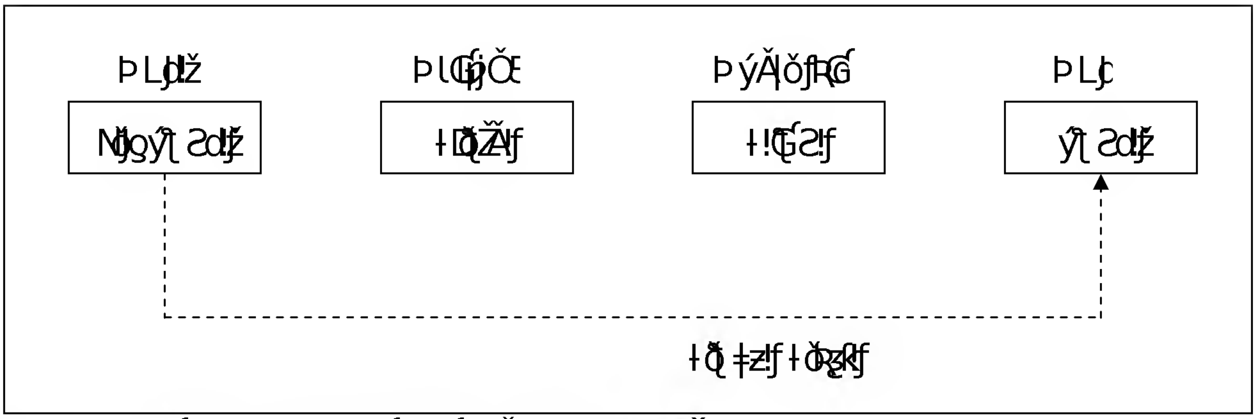
[٣] - مصطفى نجيب شاويش- الإدارة الحديثة- دار اليازوري العلمية- عمان- الأردن ـ ١٩٩٣- ص ٥٦٨.

[٤] - Lendressie et Lindon – Mercator -5 eme édition Dalloz – Paris - 1997 - p 390.

[٥] - Jean Marc Décandin- la communication marketing- édition économica- Paris- 1995- p5.

[٦] - Boyer. A- l’essentiel de gestion –termes- contextes et bioliographie- les éditions d’organisation- Paris- 1995- p 175.

[٧] - Christian. D et autres – pour une meilleure utilisation d’information axendante- in revue française de gestion, jan, fev 1987 n°61- p 69.



١- محمد إبراهيم عبيدات- مرجع سابق- ص ٣٣٩.

- بيان هاني حرب – مرجع سابق – ص ٢٤٠ .

- كمال التابعي – محاضرات في إدارة المؤسسات الاجتماعية – مكتبة النهضة – القاهرة – مصر - ١٩٩١ – ص ٢٦٦ .

[1] - Daniel Durafour- op cit- p 98.

[2] - Ph Kotler et B Dubois- op cit- p 552.

[3] - إسماعيل السيد محمد- مرجع سابق- ص ٩٧.

[illegible]

[illegible]

[illegible]

[illegible]

[illegible]

---

[1] - أحمد عبد العظيم محمد- أصول الفكر الإداري في الإسلام- دار وهبة- القاهرة- مصر ـ ١٩٩٤- ص ١٦٥.

[2] - محمد محمد ناشد- الفكرة الإداري في الإسلام- الماجد الثقافة والتراث- الإمارات العربية المتحدة- ١٩٩٧- ص ٣٧.

[3] - محمد عبد الله الشيباني- نظام الحكم والإدارة في الدولة الإسلامية- عالم الكتاب- الرياض- السعودية ـ ١٩٨٤ - ص ١٩.

[4] - أكرم رسلان ديرانية- الحكم والإدارة في الإسلام- دار الشروق- السعودية- ١٩٧٩- ص ٤٦.

[5] - أحمد شابي- الإدارة الإسلامية في عهد عمر بن الخطاب- دار الفكر العربي- القاهرة- مصرـ١٩٩١- ص ٣٠٥.

"Kotler et Dubois"

[1] - Ph Kotler et B Dubois- op cit- p 559.

[2] - سورة القصص- الآية ٣٠.

[3] - سورة محمد- الآية ٦.

[4] - حديث وراه الترمذي- تحت رقم ٢٣٧٤.

[5] - سورة محمد- الآية ١٥.

[6] - سورة غافر- الآية ٤٠.

[7] - سورة العنكبوت- الآية ٥٨.

[8] - سورة غافر- الآية ٢٣، ٢٤.

[illegible]

[1]- سورة طه- الآية ٥٦.
[2]- سورة القصص- الآية ٣٢.
[3]- سورة القصص- الآية ٤٠.
[4]- سورة طه- الآية ٧٨.
[5]- سورة الذاريات- الآية ٥٧.
[6]- سورة الشورى- الآية ٧.
[7]- أحمد إبراهيم أبوسن- الإدارة في الإسلام- الدار السودانية- السودان- ١٩٨٤- ص ٢٤.
[8]- حسن عبد الله أبو ركية- التنظيم الإداري في الفكر الإسلامي- دار البلاد- السعودية- ١٩٨١- ص ١٦.

[1]- أحمد عبد العظيم محمد- مرجع سابق- ص ١٧٧.

[2]- سورة لقمان- الآية ٣٤.

[3]- سورة الرعد- الآية ٣.

[1]- سورة آل عمران- الآية ١٤.

[2]- حديث رواه مالك ابن أنس- تحت رقم ١٤٦١.

[1] - سورة يوسف- الآية ٦٧.
[2] - سورة البقرة- الآية ٢٨٦.
[3] - سورة البقرة- الآية ١٨٥.
[4] - سورة النساء- الآية ٢٨.
[5] - سورة هود- الآية ٨٨.

[1]- فتحي قايبل محمد متولي- التوجه الإسلامي في التدريب الإداري- الهيئة المغربية للكتاب- مصر- ١٩٩٠- ص ١٤٢.
[2]- حديث رواه البخاري- تحت رقم ٢٦٨٢، ومسلم تحت رقم ٥٩.
[3]- سورة الدخان- الآية ٥٨.
[4]- حديث رواه البخاري- تحت رقم ٦١١٤، ومسلم تحت رقم ٢٦٠٩.
[5]- سورة الشعراء- الآية ١٣.
[6]- سورة طه- الآية ٢٥, ٢٦ , ٢٧ , ٢٨.

[1]- سورة ص- الآية ٢٦.

[2]- سورة القيامة- الآية ١٤-١٥.

[3]- سورة النازعات- الآية ٤٠، ٤١.

[4]- سورة المائدة- الآية ٤٤.

[5]- حديث رواه الترمذي- تحت رقم ١٩٣٠.

[1]- سورة يونس- الآية ٦١.
[2]- سورة الإسراء- الآية ١٣.
[3]- حسن عبد الله أبو ركبة- مرجع سابق- ص ٣٨.
[4]- حديث رواه البخاري- تحت رقم ١٩٥.
[5]- محمد بن إبراهيم التويجري- الأسلوب القويم في صنع القرار السليم مكتبة العبيكان الرياض ـ السعودية ـ ١٩٩٧ - ص ٤٣.
[6]- محمود الخالدي- نظام الشورى في الإسلام- الشهاب ـ الجزائر- ١٩٨٩- ص ٢٣.
[7]- أحمد إبراهيم أبوسن- مرجع سابق- ص ١٠٨.

[1] - خالد ابن عبد الله المصلح- الحوافز التجارية التسويقية وأحكامها في الفقه الإسلامي- دار ابن الجوزي- السعودية- ١٩٩٩- ص ٢٠١.

[2] - FILALI et autres- la publicité- NATHAN, France- I996- p4.

[illegible]

[1] - محمود صادق بازرعة- مرجع سابق- ص ٤٠٣.

[2] - Ph Kotler et B Dubois- op cit- p 580.

[3] - محمد إبراهيم عبيدات- مرجع سابق- ص ٣٤٨.

[4] - طلعت أسعد عبد الحميد- مرجع سابق- ص ٤٩٧.

[5] - محمد ابن علي الكاملي ـ أحكام الإعلانات التجارية ـ دار طيبة الخضراء ـ مكة المكرمة ـ السعودية ـ ٢٠٠١ ـ ص ٢٤ .

[6] - سورة البقرة- الآية ٨٣.

[1] - حديث رواه مسلم- تحت رقم ١٠١.

١- سورة البقرة- الآية ٢٥٦.

٢- سورة يوسف- الآية ١٠٨.

٣- غازي عناية- ضوابط تنظيم السوق في الاقتصاد الإسلامي – دار النفائس – بيروت – لبنان – ١٩٩٢ - ص ٢٧.

٤- حديث رواه البخاري- تحت رقم ٢١١٠، ومسلم- تحت رقم ١٥٣٢.

٥- بيان هاني حرب- مرجع سابق- ص ٢٤٥.

- محمد ابراهيم عبيدات – مرجع سابق – ص ٣٥٠ .

[1]- سورة البقرة- الآية ١٢٩.

[2]- حديث رواه البخاري- تحت رقم ٢٤٤٢.

[3]- سورة المائدة- الآية ٢.

[1] - سورة الذاريات- الآية ٥٥.
[2] - حديث رواه الترمذي- تحت رقم ٢٤٩٩، وابن ماجه- تحت رقم ٤٢٥١.
[3] - سورة يوسف- الآية ٣٩.

[1]- محمد سليمان الأشقر و أخرون ـ بحوث فقهية في قضايا إقتصادية معاصرة ـ دار النفائس ـ عمان ـ الأردن ـ ١٩٩٨ ـ ص ١٤٩.

[1] - محمد إبراهيم عبيدات- مبادئ التسويق- مدخل سلوكي- عمان- الأردن- ١٩٩٩- ص ٣٤٩.

[2] - Sylvie Martin et J P Védrine Marketing les concept clés – chihab – Alger – 1996 p 147.

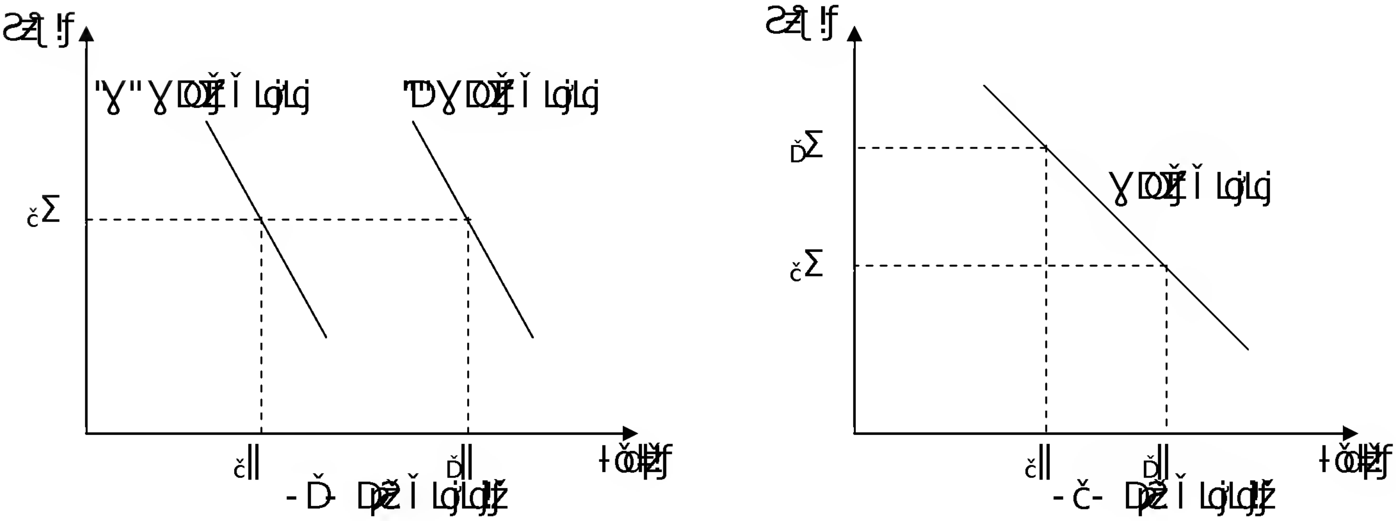
[3] - سورة الأنفال- الآية ٦٠.

[1] - Sylvie Martin, J. P, verdrine- op cit- p 143.

إسماعيل محمد السيد – مرجع سابق – ص ٢٧٢ .

محمد ابن علي الكاملي – مرجع سابق – ص ٤٠ .

[1]- محمد فريد الصحن- مرجع سابق- ص ٣٤٧.



[1]- بشير العلاق وآخرون- مرجع سابق- ص ٢٥٤.

[1]- Ph Kotler et B Dubois – opcit – p 580.

- إسماعيل محمد السيد – مرجع سابق – ص ٣٦٩.
- بيان هاني حرب – مرجع سابق – ص ٢٥١.
- بشير العلاق وآخرون – مرجع سابق – ص ٢٥٩.

[2] - Marie Hélène – la communication externe de l'entreprise, Dunord, France. 1997- p 101.

[3]- محمد إبراهيم عبيدات – مرجع سابق – ص ٣٥٤.

[1] - Centre du commerce international, CNUCED – GATT, gestion de marketing à l'exportation, Genève – 1988 – p 230

[2] - Marie Hélène – op cit – p 112.

[1]- محمد إبراهيم عبيدات – مرجع سابق – ص ٣٥٢.

١ - Mohamed Seghir Djitili – Compredre le marketing – édition Berti – Alger – 1990 – P217 .

٢ - Marie Hélène – opcit – p 119.

٢- بيان هاني حرب – مرجع سابق- ص ٢٥٧.

٣- مصطفى زهير – التسويق وإدارة المبيعات – دار النفائس – بيروت – لبنان – ١٩٨٤- ص ٣٧٩.

[1] - خالد بن عبد الله المصلح – مرجع سابق – ص ٢٠٩.
- محمد بن علي الكامني – مرجع سابق – ص ١٨٤.
[2] - سورة محمد – الآية – ١٥.
[3] - سورة اغفر – الآية – ٤٠.
[4] - حديث رواه البخاري – تحت رقم- ٢١١٠، ومسلم تحت رقم – ١٥٣٢.
[5] - أحمد بن يوسف بن أحمد الدريويشي – أحكام السوق في الإسلام و أثرها في الاقتصاد الإسلامي ـ دار عالم الكتاب ـ الرياض ـ السعودية ـ ١٩٨٩ – ص ٢٠٦.

[illegible]

[*] - التصرية هي الناقة أو البقرة أو الشاة يصر اللبن في ضرعها أي يجمع ويحبس فيه- هذا الحديث رواه

[١] - حديث رواه البخاري – تحت رقم – ١٣، ومسلم – تحت رقم – ٤٥.

[٢] - حديث رواه مالك ابن أنس – تحت رقم – ١٤٦١.

[٣] - سورة الذاريات – الآية – ٥٦.

[٤] - سورة الإسراء- الآية- ٢٢.

[٥] - سورة الروم – الآية- ٣٠.

[٦] - سورة المائدة – الآية – ٩٠.

[٧] - حديث رواه – الترمذي- تحت رقم- ١١٥٣.

[1] - حديث رواه – أبو داود- تحت رقم – ٣٥٦٥.
[2] - سورة الأعراف – الآية -١٩٩.
[3] - حديث رواه – البخاري – تحت رقم – ٥٤٣٥، ابن ماجة – تحت رقم – ١٨٩٤.
[4] - سورة المائدة – الآية- ٣.
[5] - حديث رواه أبوداود – تحت رقم- ٣٥١٢.
[6] - حديث رواه الترمذي – تحت رقم- ٢٦١٩.

١- حديث رواه – مسلم- تحت رقم – ٥٥.

٢- سورة الإسراء – الآية – ٢٧.

٣- سورة الإسراء – الآية – ٧٠.

٤- سورة فصلت – الآية- ٣٣.

[illegible]

[1]- سورة إبراهيم – الآية – ٢٤, ٢٥, ٢٦.
[2]- سورة لقمان – الآية – ١٩.
[3]- حديث رواه أحمد – تحت رقم – ١٦٣٠.

[1]- محمد فريد الصحن – مرجع سابق – ص ٢٦٧.

[2] - Pierre – Louis Dubois et Alain Jolibert – opcit – p 489.

[3] - Claude Demeur - marketing- édition Dalloz – 2ème édition – Pris – 1999 – p 199.

[4]- محمود صادق بازرعة – مرجع سابق – ص ٤٠٣.

[5]- محمد إبراهيم عبيدات – مرجع سابق – ص ٣٧١.

[1]- بشير العلاق وآخرون – مرجع سابق – ص ٢٦٧.
[2]- محمد سليمان الشقر وآخرون – مرجع سابق – ص ١٥٣.
[3]- سورة البقرة – الآية- ٢٧٥.
[4]- حديث رواه أحمد – تحت رقم – ١٥٢٧٦.
[5]- سورة التوبة – الآية – ١١١.

[1]- محمود عساف – المنهج الإسلامي في إدارة الأعمال – مكتبة الخدمات الحديثة – جدة – السعودية – ٢٠٠١ – ص ٧١.

[2]- محمد سليمان الأشقر وآخرون – مرجع سابق – ص ١٣٩.

[3]- رمضان علي الشرنباصي – حماية المستهلك في الفقه الإسلامي – مطبعة – الأمانة – مصر – ١٩٨٤ – ص ١٧٣.

[1]- حديث رواه مسلم – تحت رقم – ٣٠١٥.
[2]- حديث رواه – ابن ماجة- تحت رقم – ٢١٧٨.
[3]- عبد الله المصلح – صلاح الهاوي- مالا يسع التاجر جهله – دار المسلم – الرياض – السعودية ـ ٢٠٠١- ص ٦٤.
[4]- محمد سليمان الأشقر وآخرون – مرجع سابق – ص ١٥٦.
[5]- غازي عناية – مرجع سابق – ص ٢٢.
[6]- خالد بن عبد الله المصلح – مرجع سابق – ص ٣١.
[7]- رفيق يونس المصري – أصول الاقتصاد الإسلامي ـ دار البشير ـ جدة ـ السعودية ـ ١٩٩٩ – ص ١٤٧.
[8]- أحمد لسان الحق – منهج الاقتصاد الإسلامي في إنتاج الثروة و استهلاكها ـ دار الكتاب ـ المغرب ـ ١٩٨٧ – ص ٣٨٨.
[9]- حديث رواه أحمد – تحت رقم – ٣٤٩٤.
[10]- محمود الخالدي – سوسيولوجيا الاقتصاد الإسلامي – الشهاب – الجزائر – ١٩٨٩ – ص ٩٠.
- أحمد بن يوسف بن أحمد الدريويش – مرجع سابق – ص ١٧٩

[1]- رمضان علي الشرنباصي – مرجع سابق – ص ٩١.
[2]- محمود الخالدي – سوسيولوجيا الاقتصاد الإسلامي – مرجع سابق – ص ٩٢.
[3]- محمد فريد الصحن – مرجع سابق – ص ٣١٧.

[1] - Lendresie et Lindon – op cit – p 390.

[2] - محمد إبراهيم عبيدات – مرجع سابق – ص ٣٧٢.
- بشير العلاق وآخرون – مرجع سابق – ص ٢٦٨.
- محمد فريد الصحن – مرجع سابق – ص ٣١٨.

[1]- محمد بن إبراهيم التويجري – مرجع سابق – ص ٨١.
[2]- سورة العلق – الآية- ١.
[3]- محمد عبد الله الشيباني – مرجع سابق – ص ١٤١.
[4]- سورة يوسف – الآية- ٢١.

[1]- مجلة البنوك الإسلامية – العدد ٣٠- يونيو ١٩٨٣- القاهرة - ص ٥١.
[2]- سورة الزمر – الآية – ٩.
[3]- حديث رواه مسلم – تحت رقم – ٢٦٩٩.
[4]- محمد بن إبراهيم التويجري – مرجع سابق – ص ٨٢.
[5]- حديث رواه البخاري – تحت رقم- ٦٤٤٦، ومسلم تحت رقم – ١٠٥١.
[6]- حديث رواه مسلم تحت رقم – ١٠٥٤.
[7]- احمد عبد العظيم محمد – مرجع سابق – ص ٨٥.

[1] - أحمد عبد العظيم محمد – مرجع سابق – ص ٤٦.
[2] - سورة النحل – الآية – ٩٠.
[3] - سورة المائدة – الآية – ٨.
[4] - سورة النساء – الآية – ٩٧.
[5] - سورة الفرقان – الآية – ١٩.
[6] - أكرم رسلان ديرانية – مرجع سابق – ص ١٠٢.

[1]- حديث رواه مسلم – تحت رقم – ٦٥٩٤.
[2]- حديث رواه البخاري – تحت رقم – ٢٩٨٩، ومسلم – تحت رقم ١٠٠٩.
[3]- حديث رواه البخاري – تحت رقم – ٧٠٧.
[4]- محمد محمد ناشد – مرجع سابق – ص ١٤٤.
[5]- سورة التوبة – الآية – ١٢٨.
[6]- سورة التوبة – الآية – ١١٩.
[7]- حمدي أمين عبد الهادي – الفكر الإداري الإسلامي و المقارن – دار الفكر العربي – القاهرة – مصر – ١٩٨٤ – ص ١٦٥.

[illegible]

[1]- سورة مريم – الآية- ٥٠.
[2]- سورة مريم – الآية- ٥٤.
[3]- سورة الأحزاب – الآية – ٢٤.
[4]- سورة الزمر – الآية – ٢.
[5]- سورة البينة – الآية- ٥.
[6]- مصطفى نجيب شاويش – مرجع سابق – ص ٢١٩.
[7]- محمد مهنا العلي – الإدارة في الإسلام ـ ديوان المطبوعات الجامعية ـ الجزائر ـ ١٩٨٤ – ص ١٠٨.
[8]- حديث رواه النسائي – تحت رقم – ٣١٤٠.

ب -

ت -

[1]- سورة المائدة – الآية – ٨.
[2]- سليمان محمد الطماوي – عمر بن الخطاب و أصول السياسة و الإدارة الحديثة ـ دار الفكر العربي ـ القاهرة ـ مصر ـ ١٩٧٦ – ص ٩٩.
[3]- سيد عبد الحميد مرسي – مفهوم القيادة في إطار العقيدة الإسلامية – مطابع رابطة العالم الإسلامي ـ السعودية ـ ١٩٨٦ ـ ص ١٠٩.

[1]- مجلة الإتقان – المجلد الأول – العدد الثاني – جويلية – ١٩٩٦ – ص ١٥.
[2]- حديث رواه مسلم – تحت رقم – ٢١٦٢.
[3]- حديث رواه أبو داود – تحت رقم – ٤٥١٩، ومسلم تحت رقم – ٩٩.
[4]- حديث رواه – البخاري – تحت رقم- ٢٩٨٩.
[5]- مجلة الإتقان – العد الأول – المجلد السابع – ديسمبر – ١٩٩٦ – ص ٢١.
[6]- حديث رواه – البخاري – تحت رقم - ٣٤٧٦

[1]- عبد الله المصلح وصلاح الهاوي – مرجع سابق – ص ٨.

[2]- حديث رواه أبو داود – تحت رقم ١٦٧٢، والنسائي – تحت رقم ٢٥٦٧.

[3]- حديث رواه ابن ماجة – تحت رقم ٤٢١٤، أو داود – تحت رقم – ٤٨٩٥.

[4]- مجلة الإتقان – المجلد الرابع – العدد الخامس – جانفي ٢٠٠٠ – ص ٤١.

[5]- حديث رواه أبو داود – تحت رقم – ٤١٦٧.

١ - Jacques Lendrevie et Denis Lindon – opcit – p 390.

٢ - Jean Helfer Pierre, Orsoni Jack – opcit – p 366.

٣- محمد فريد الصحن – مرجع سابق – ص ٣٢٢.

[1] Ameriem et autres – opcit – p 287.

[1]- سيد عبد الحميد مرسي – مرجع سابق – ص ١١٧.

[2]- حمدي أمين عبد الهادي – مرجع سابق – ص ١٣٥.

[3]- مجلة البنوك الإسلامية – العدد ٣٤ – فبراير – القاهرة – ١٩٨٤ – ص ٤٧.

[4]- محمد محمد ناشد –مرجع سابق – ص ٢٣٤.

[1]- أحمد إبراهيم أبوسن – مرجع سابق – ص ٨٣.
[2]- أحمد إبراهيم أبوسن – مرجع سابق – ص ٨٣.
[3]- أحمد إبراهيم أبوسن – مرجع سابق – ص ٨٥.
[4]- مجلة البنوك الإسلامية – العدد ٣٤- مرجع سابق – ص ٤٩.
[5]- حمدي أمين عبد الهادي – مرجع سابق- ص ١٧١.
[6]- محمود عساف- مرجع سابق – ص ٣٥٣.

1- مجلة البنوك الإسلامية العدد – ٥٢ – فبراير – ١٩٨٧ – ص ٢١ .
2- لبن تيمية السياسة الشرعية في إصلاح الراعي والرعية – دار الأفاق الجديدة – المغرب – ١٩٩٩ – ص ٣١.
3- سورة الإسراء – الآية – ١٥.
4- سورة المدثر – الآية – ٣٨.
5- محمد لبن إبراهيم التويجري – مرجع سابق- ص ٩١.

[1]- حسن سري – الإقتصاد الإسلامي ـ مركز الإسكندرية للكتاب ـ الإسكندرية مصر ـ ١٩٩٨ – ص ١٨٥.
[2]- محمود مرسي لاشين – التنظيم المحاسبي للأموال العامة للدولة الإسلامية – دار الفكر العربي – القاهرة – مصر ـ ١٩٧٥ – ص ٣٨.
[3]- مراد محمد علي – الأساليب الإدارية في الإسلام – دار الإعتصام – القاهرة ـ مصر ـ بدون تاريخ – ص ٨٠.
[4]- سورة التوبة – الآية – ٧١.
[5]- حديث رواه مسلم – تحت رقم – ٤٩.
[6]- مجلة البنوك الإسلامية – العدد ٥٣- أفريل – ١٩٨٧- القاهرة – ص ٥٩.

[illegible]

[1]- محمد مهنا العلي – مرجع سابق – ص ١٢٥.
[2]- حديث رواه أبو نعيم في الحلية – تحت رقم ٨، ٢٠٢، ٢٠٣.
[3]- محمد محمد جاهين – التنظيمات الإدارية في الإسلام- الهيئة المغربية العامة الكتاب – مصر – ١٩٨٤ – ص ٨٩.
[4]- فتحي قابيل محمد متولي – مرجع سابق – ص ١٥٦.
[5]- حمدي أمين عبد الهادي – مرجع سابق – ص ١٧٣.
[6] - Darmon, R-4, Management des ressources humaines des forces de vent économica, Paris – 1993 – p 194.

[1] - أحمد عبد العظيم محمد – مرجع سابق – ص ١٩٥.
[2] - خليل صالح الحلمي – مبادئ الإدارة – دار المعرفة – الكويت – ١٩٨٦ – ص ١٤٥.
[3] - مجلة البنوك الإسلامية – العدد ٥٣ – مرجع سابق – ص ١٧.
[4] - حسن عبد الله أبوركية – مرجع سابق – ص ٥٣.
[5] - سورة الجمعة – الآية – ١٠.
[6] - شوقي أحمد دنيا – الإسلام والتنمية الاقتصادية – دار الفكر العربي – مصر – ١٩٧٩- ص ٢٩٩.
[7] - محمد فريد الصحن – مرجع سابق- ص ٣٣٦.

ب-

ت-

ث-

ج-

ح-

أ-

ب-

[1]- خليل صالح الحلمي – مرجع سابق – ص ١٤٥.
[2]- ناصر محمد العديلي – السلوك الإنساني والتنظيمي منظور كلي مقارن – دار الشروق – السعودية – ١٩٩٥ – ص ١٨٢.
[3]- محمد محمد جاهين – مرجع سابق – ص ٦٠.

[1] - أحمد إبراهيم أبوسن – مرجع سابق – ص ٩٢.
[2] - حسن السيد بسيوني – الدولة ونظام الحكم في الإسلام – عالم الكتاب- القاهرة – ١٩٨٥- ص ٩٢.
[3] - جمال البنا – الحل الإسلامي لأزمة الإدارة في العصر الحديث – المعهد الدولي للبنوك والاقتصاد الإسلامي – مصر – ١٩٨٢ – ص ١٠٥.
[4] - حديث رواه البخاري تحت رقم – ٦٩، ومسلم – تحت رقم – ١٧٣٤.
[5] - عدنان علي رمضان النحوي – الحوافز الذاتية- دار النحو – الرياض – السعودية – ١٩٩٢ – ص ١٤.

أ-

ب-

ت-

Les ouvrages

١- Ameriem et autres – Marketing Stratégies et pratique – Natan – France - 1996.

٢- Boyer. A- l'essentiel de gestion –termes- contextes et bibliographie- les éditions d'organisation- Paris- 1995- p 175.

٣- Centre du commerce international, CNUCED – GATT, gestion de marketing à l'exportation, Genève – 1988.

٤- Christian, D et autres – pour une meilleure utilisation d'information ascendante – une revue française de gestion, jan, fev 1987 n° 61.

٥- Christine Lougovoy et Denis Huisman- trait de relation publique - paris 1980.

٦- Claude Demeur - marketing- édition Dalloz – 2ème édition – Paris – 1999.

٧- Daniel Durafour-Marketing - Natan- France – 1997 .

٨- Darmon, R-4, Management des ressources humaines des forces de vent économique, Paris – 1993 .

٩- FILALI et autres- la publicité- NATHAN, France- 1996.

١٠- Jean Helfer Pierre, Orsoni Jack –Marketing – édition Vuibert – 5 éme édition – Paris – 1998 .

١١- Jean Marc Décandin- la communication marketing- édition économique- Paris- 1995.

١٢- Lendrevie et Lindon – Mercator – 5 éme-édition – Paris – 1997 .

١٣- Marie Hélène – la communication externe de l'entreprise, Dunord, France. 1997.

١٤- Mohamed Seghir Djitili – Marketing – Berti édition – Alger – 1998 .

١٥- Pierre – Louis Dubois et Alain Jolibert – Fondements et pratique du Marketing – Paris – 1998 .

١٦- Sylvie Martin- Marketing les concepts clés – chihab – Alger – 1996 .

١٧- Yves Chirouze- Le marketing –le choix des moyens de l'action commercial- Alger- OPU- tome 2- 1998

١٨- Yves Legolvan, dictionnaire marketing (Banque assurance) Dunod- Paris 1988.

[illegible]

[illegible]

[illegible]

[illegible]

[illegible]

[illegible]

[illegible]

[illegible]

[illegible]

[illegible]

[illegible]

[illegible]

[illegible]

1- Amerein P et autres- Marketing stratégies et pratiques, NATHAN,
2- Ameriem et autres – opcit
3- Armand Dayan – Marketing industriel – 3ème édition Vuibert – gestion – Paris – 1996.
4- B. Gilles et MC Donald- Marketing- édition London- London 1969.
5- Bertrand J.P – Techniques commerciales et marketing – Berti édition Nantes – 1993.
6- Boyer. A- l'essentiel de gestion –termes- contextes et bibliographie- les éditions d'organisation- Paris- 1995- p 175.
7- Centre du commerce international, CNUCED – GATT, gestion de marketing à l'exportation, Genève – 1988
8- Chantal Ammi – Le marketing un outil de décision face à l'incertitude, ellipses, paris – 1993 .
9- Chantal Ammi- Le Marketing un outil de décision face a la l'incertitude, ellips, Paris – 1993.
10- Christian, D et autres – pour une meilleure utilisation d'information ascendante – une revue française de gestion, jan, fev 1987 n° 61.
11- Christine Lougovoy et Denis Huisman- trait de relation publique - paris 1980-
12- Claude Demeur - marketing- édition Dalloz – 2ème édition – Pris – 1999
13- Daniel Durafour – Marketing – Dunod- Paris – 1997.
14- Daniel Durafour – Marketing – Dunord – Paris – 1997.
15- Daniel Durafour- Marketing- édition Dunod.- Paris 1997.

١٦- Daniel Durafour- Marketing, Paris – 1997.
čē- Daniel Durafour- op cit
čĔ- Darmon, R-4, Management des ressources humaines des forces de vent économique, Paris – 1993
čě- Eric Rocher – De bon emballage pour de bon produit- les éditions d'organisation – paris – 1997.
ĎČ- FILALI et autres- la publicité- NATHAN, France- 1996
Ďč- France 1996.
ĎĎ- Frederic Nepveul Nivelle – Technique d'expansion des ventes dans l'industrie, les éditions organisation – Paris 1971.
Ďď- G. Toquer et M. Longlois – Marketing des services defi-relationnel, ED, France – 1992.
ĎĐ- Goufi Mohamed – L'emballage variable du marketing mix 2ème édition – 2003.
Ďđ- Helfer JP et orsoni. J – marketing - édition Vuibert 5ème édition – Paris – 1998.
ĎĒ- J. Lendrevie et D. Lendon, Mercator – 5ème édition Dalloz, Paris – 1997.
Ďē- J. P. Helfer. Jorsoni – marketing – collection Vuibert- Paris 1981.
ĎĔ- J. Viguy- La distribution : structures et pratiques- DALLOZ, Paris 1997.
Ďě- Jacques Lendrevie et Denis Lindon – Mercator – 5ème édition Dalloz – paris – 1997.
dČ- Jean Helfer Pierre, Orsoni Jack – opcit
dč- Jean Marc Décandin- la communication marketing- édition économique- Paris- 1995
dĎ- Joel Deam – Managérial économie – Printic Hall INC 1972.
dď- Journal officiel de l'union européen, décret n° 98 – 638 de 20 juillet 1998 article n° 2.
dĐ- Justear et S.F. Giraby – Marketing objectif – 2ème édition – Durant – Paris – 1984.
dđ- Kotler et B Dubois- Marketing management 10eme 2éition Paris – 2000. Ph (dĔ)
dĒ- Kotler et Dubois – Marketing management- 10ème édition- France 2000.
dē- Kotler et Dubois – op cit
dĔ- Lasary – le marketing c'est facile – Alger 2001.
dě- Lasary – Le marketing c'est facile – Es-Salem – Cheraga – Alger – 2001.
ĐČ- Lasary- Le Marketing c'est facile, Alger – 2001.
Đč- Lendrevie et Lindon – opcit
ĐĎ- Lendrevie et Lindon – Théorie et pratique du marketing – 5ème édition- Paris – 1997.
Đď- Lendrevie et Lindon- Théorie et Pratique de Marketing, 5eme édition, Paris – 1997.
ĐĐ- Marie Hélène – la communication externe de l'entreprise, Dunord, France. 1997

Ðď- Mohamed Seghir Djitili – Comprendre le marketing – édition Berti – Alger – 1990.

ĐĒ- Mohamed Seghir Djitili – opcit

Đē- Mohamed Seghir Djtili – Marketing- Berti édition Alger 1998.

ĐĔ- Olivier. B et autres- Dictionnaire du marketing – Hatier, Paris- 1998.

Đĕ- P. Kotler et B. Dubois – Marketing management 10ème édition paris – 2000.

đČ- Philip Kotler – Les clés du marketing – Pearson éducation – France – Paris – 2003.

٥١- Philip Kotler et Bernard Dubois – Marketing management – 10ème édition – Publi-Union édition – Paris – 2000.

đĎ- Pierre – Louis Dubois et Alain Jolibert – opcit

đď- Pierre Louis Dubois et Alain Jolibert – fondements et pratiques du marketing- Paris – 1998.

đĐ- Pierre Louis Dubois et Alain Jolibert – le marketing fondements et pratique – 3ème édition – économica – paris – 1998.

٥٥- Pierre Louis Dubois et Alain Jolibert – Le marketing fondements et Pratique- 3ème édition – Economica – Paris – 1998.

đĒ- Pierre Louis Dubois et Alain Jolibert- Le Marketing fondement et pratique, Paris – 1998.

đē- S. Martin et JP. Védrines – Marketing les concepts clés- Chihab – Alger – 1996.

đĔ- Sylvie Martim J.P. Vedeime- Marketing les concepts clés les édit d'organisation, 4eme tirage 1997.

đĕ- Sylvie Martin- op cit

ĒČ- Van Vracam (Paul) – les fondements du marketing- édition de Back entreprise – 1988.

Ēč- Yves Chirouze – Le marketing de l'étude du marché au lancement d'un produit nouveau, office des publications universitaires – France – 1990.

ĒĎ- Yves Chirouze- Le marketing –le choix des moyens de l'action commercial- Alger- OPU- tome 2- 1998

Ēď- Yves Legolvan, dictionnaire marketing (Banque assurance) Dunod- Paris 1988